Les Services de l'Analyse des Marchés du CCI

Fevrier 2004

Guide de l'utilisateur

TRADEMAP USAID

Statistiques du commerce pour le développement international des entreprises

Section de l'Analyse des Marchés
Division du Développement des Produits et des Marchés

Table de Matières

I. Introduction 1
II. Approche Produit 4
A. Évaluer le marché mondial – Noisettes de Géorgie 4
B. Identifier des nouveaux marchés d'exportation – Filets et chair de poissons de l'Ouganda 8
1. Revue des exportations vers les pays partenaires actuels 9
2. Identifier les principaux importateurs mondiaux 12
3. Analyse des barrières d'accès au marché dans les pays partenaires 14
4. Analyse des performances des concurrents 16
C. Identification de nouvelles sources d'approvisionnement – Importations de réfrigérateurs par le Venezuela 18
D. Recherche de potentiel pour une diversification de produit – Habillement en provenance du Maroc 22
III. Approche Pays 25
A. Évaluer la performance commerciale nationale – la Roumanie 25
B. Potentiel d'augmentation du commerce bilatéral – entre l'Estonie et la Finlande 33
C. TradeMap contient maintenant également des regroupements géographiques et économiques de pays 38
1 . Exportations des produits Pantalons de coton de l'Égypte vers l'Union européenne. 39
IV. Résumé 42

Tableaux

1. Pour le produit sélectionné, liste des pays importateurs en 2002 5
2. Pour le produit sélectionné, liste des pays exportateurs en 2002 6
3. Liste des marchés importateurs pour un produit exporté par l'Ouganda en 2002 10
4. Pour le produit sélectionné, liste des pays importateurs en 2002 12
5. L'information disponible sur les barrières tarifaires et non tarifaires appliquées par le Royaume-Uni 14
6. Barrières tarifaires 2001 et barrières non tarifaires 2001 rapportées par le Royaume-Uni 15
7. Liste des marchés fournisseurs pour un produit importé par le Royaume-Uni en 2002 16
8. Liste des marchés fournisseurs pour un produit importé par le Venezuela en 2002 18
9. Liste des marchés fournisseurs pour un produit importé par Chypre en 2002 22
10. Liste des produits importés par Chypre en 2002 24
11. Liste des groupes de produits exportés par la Roumanie en 2002, SH 2 25
12. Liste des produits exportés par la Roumanie en 2002, SH 4 27
13. Les principaux produits exportés par la Roumanie en 2002, SH 6 30
14. Commerce existant et potentiel entre l'Estonie et la Finlande en 2002, SH 2 33
15. Commerce existant et potentiel entre l'Estonie et la Finlande en 2002, SH 6 36
16. Commerce existant et potentiel entre l'Égypte et l'Union européenne (UE) en 2002 39
17. Liste des marchés importateurs pour un produit exporté par la Slovénie en 2002 44
18. Liste des marchés importateurs pour un produit exporté par la Slovénie en 2002, Statistiques Miroirs 45

Diagrammes

1. Perspectives de diversification des pays fournisseurs pour un produit importé par le Venezuela en 2002 21
2. Croissance de l'offre nationale et de la demande internationalepour les produits exportés par la Roumanie en 2002, SH 4 28
3. Croissance de l'offre nationale et de la demande internationale pour les produits exportés par la Roumanie en 2002, SH 6 32
4. Commerce potentiel entre l'Égypte et l'Union européenne (UE) en 2002 41

Annexe

Les statistiques du commerce international comme base pour la recherche d'un marché stratégique. Ce que les utilisateurs devraient prendre en compte 43

Liste des abréviations

CAF	Coût, assurance et fret
CCI	Centre du Commerce International
CNUCED	Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le développement
CTCI	Classification type pour le commerce international
FOB	Franco bord
m.	million
NPF	Nation la plus favorisée
OMC	Organisation Mondiale du Commerce
p.a.	par année
PMA	Pays les moins avancés
SH	Système Harmonisé
TSI	Institution d'appui au commerce (Trade Support Institution)
UNSD	Division de Statistique des Nations Unies (United Nations Statistics Division)

Note:

Veuillez noter que les statistiques dans TradeMap USAID sont mises à jour annuellement, de même que tout au long de l'année au fur et à mesure de la disponibilité de nouvelles données. Ces mises à jour peuvent engendrer des variations par rapport aux chiffres et aux tendances présentées dans ce guide de l'utilisateur. Toutefois, les principes et les applications de TradeMap USAID demeurent les mêmes. Veuillez prendre contact avec trademap-usaid@intracen.org ou visiter le site www.trademap-usaid.org pour plus d'information.

I. Introduction

Comprendre la structure et l'évolution des marchés internationaux est essentiel aussi bien pour les entreprises que pour les institutions d'appui au commerce. Orientées vers l'exportation, les entreprises scrutent le marché mondial à la recherche d'opportunités de diversification de marchés ou de produits, mais également de fournisseurs, et elles sont confrontées aux questions suivantes:

- **Quelle est la structure du marché mondial pour tel ou tel produit ? Quelles sont les tendances ?**
- **Avec quels pays mon pays commerce-t-il actuellement ?**
- **Où se trouvent les opportunités de diversification de marchés?**
- **Quelles sont les mesures tarifaires et non tarifaires appliquées par tel marché spécifique ?**
- **Quels pays sont en concurrence sur un marché spécifique et globalement ?**

Les institutions d'appui au commerce cherchent à définir des priorités en termes de secteurs, de pays partenaires et d'approches pour utiliser efficacement des ressources limitées. La recherche stratégique de marchés les aide à apprécier la performance effective de leur pays que ce soit au niveau sectoriel ou global et à identifier des produits et des marchés prioritaires pour le développement commercial en répondant aux questions suivantes:

- **Quels sont les marchés et les produits prioritaires à promouvoir ?**
- **Quels sont les pays fournissant la majorité des importations de mon pays ?**
- **Existe-t-il d'autres sources d'approvisionnement ?**
- **Dans quels secteurs mon pays a-t-il un avantage concurrentiel ?**
- **Quelle est la performance commerciale actuelle de mon pays ?**
- **Pour quels produits y a-t-il un potentiel d'augmentation du commerce bilatéral ?**
- **Quels sont les flux commerciaux entre mon pays et un groupe de pays spécifiques (groupe géographique ou économique) ?**

TradeMap a été développé par le Centre du Commerce International CNUCED/OMC (CCI) pour répondre à ces questions avec un objectif explicite de facilitation dans la recherche stratégique de marché, la veille de la performance commerciale aussi bien pour un pays que pour un produit (ou un ensemble de produits) spécifique, pour faire ressortir les avantages comparatifs et concurrentiels, pour identifier le potentiel de diversification de marché ou de produit et pour concevoir et définir des priorités de programmes de développement commercial aussi bien pour les entreprises que pour les institutions d'appui au commerce.

En transformant un grand nombre de données commerciales primaires en un ensemble accessible sur Internet, facile à utiliser et interactif, TradeMap fournit aux utilisateurs potentiels des indicateurs sur la performance d'un pays ou d'un produit, la demande, les marchés possibles et le rôle des concurrents. Il présente l'information à la fois sous forme de tables et de graphiques, et permet des recherches basées sur le produit, le pays, et/ou le pays partenaire pour des exportations ou des importations.

L'information contenue dans TradeMap est basée sur COMTRADE, la plus grande base de données mondiale sur les flux commerciaux de produits, gérée par la Division de Statistique des Nations Unies (UNSD). COMTRADE couvre plus de 90% du commerce mondial, permettant à TradeMap d'inclure plus de 200 pays et territoires et 5300 produits définis aux niveaux 2, 4 ou 6 chiffres de la nomenclature SH (Système Harmonisé).

Les données sont disponibles non seulement pour les pays rapportant leurs propres données commerciales, mais également pour plus de cent pays à faible revenu qui ne rapportent pas leurs statistiques commerciales. Les échanges commerciaux de ces pays ont été reconstitués à partir des données de pays partenaires. Les termes de statistiques miroirs sont utilisés pour parler de cette reconstitution. Malgré les imperfections de cette approche (voir l'annexe), elle génère une somme d'informations, non disponible autrement. Ce mélange de statistiques directes et miroirs donne la meilleure estimation possible du marché mondial pour tous les produits.

De plus, TradeMap rend les barrières tarifaires et non tarifaires plus transparentes pour 133 pays et fournit des informations détaillées sur les conditions d'accès au marché, que ce soit les tarifs *ad valorem* et spécifiques, les quotas et les mesures antidumping.

TradeMap est disponible sur abonnement. Pour les institutions d'appui au commerce, une version adaptée de TradeMap est disponible en anglais, français ou espagnol avec la possibilité pour ces institutions de fournir des accès à TradeMap aux entreprises ou organisations de leur pays. Des utilisateurs individuels peuvent également accéder à l'application directement sur abonnement. Pour de plus amples informations, contacter le CCI par e-mail à trademap-usaid@intracen.org

TradeMap est actuellement disponible dans un nombre croissant de pays. Vous trouverez la liste de ces pays partenaires sous www.trademap-usaid.org. Dans chacun de ces pays, TradeMap est accessible aux entreprises et aux organisations, par l'intermédiaire d'une organisation de promotion commerciale locale ou d'une agence de développement du commerce.

Page d'accueil de TradeMap USIAD www.trademap-usaid.org

II. Approche Produit

TradeMap peut s'utiliser à partir de deux approches: par produit et par pays. Dans une perspective produit, un utilisateur peut, entre autre, analyser la structure et les tendances du marché mondial, les opportunités de diversification sur des marchés alternatifs ou éloignés des sources traditionnelles d'approvisionnement, ainsi que le potentiel pour une diversification de produits dans le cadre des stratégies de promotion commerciale en cours sur des secteurs spécifiques.

Quelle est la structure du marché mondial pour tel ou tel produit ?

Quelles sont les tendances ?

A. Évaluer le marché mondial – Noisettes de Géorgie

Une institution d'appui au commerce en Géorgie aidant des exportateurs de *Noisettes* peut commencer par l'analyse du marché mondial d'importation pour ce produit. En choisissant la *Noisette* (ci-dessus) comme produit à analyser et en choisissant "importation", une liste des importateurs mondiaux de ce produit est générée (Tableau 1).

Tableau 1
Pour le produit sélectionné, liste des pays importateurs en 2002
Produit : 080222 Noisettes sans coques, fraîches ou sèches

Importateurs	Valeur importée en 2002, en millier US$	Quantité importée en 2002	Unité de quantité	Valeur unitaire (US$/unité)	Croissance annuelle des valeurs importées entre 1998-2002, %	Croissance annuelle des quantités importées entre 1998-2002, %	Croissance des valeurs importées entre 2001-2002, %	Part dans les importations mondiales, %	Information sur les barrières tarifaires et non tarifaires
Estimation des importations mondiales	544,634	222,119	Tonnes	2,452	-8	6	-11	100	
l'Allemagne	172,794	72,547	Tonnes	2,382	-10	3	-12	31	BTNT
l'Italie	97,672	42,058	Tonnes	2,322	1	19	27	17	BTNT
la France	50,360	20,120	Tonnes	2,503	-10	3	-9	9	BTNT
la Suisse	33,249	11,399	Tonnes	2,917	-11	-1	-26	6	BTNT
la Belgique	28,450	11,873	Tonnes	2,396	-5	9	-46	5	BTNT
les États-Unis d'Amérique	17,973	6,309	Tonnes	2,849	-5	6	-3	3	BTNT
la Pologne	13,209	5,476	Tonnes	2,412	-1	14	8	2	BTNT
l'Espagne	12,878	5,747	Tonnes	2,241	-5	9	-19	2	BTNT
l'Autriche	9,219	3,603	Tonnes	2,559	-16	-9	-18	1	BTNT
les Pays-Bas	8,945	3,486	Tonnes	2,566	-3	9	-14	1	BTNT
la Grèce	7,969	3,530	Tonnes	2,258	-1	14	-30	1	BTNT
le Royaume-Uni	6,596	2,444	Tonnes	2,699	-17	-7	-13	1	BTNT
l'Australie	5,801	2,235	Tonnes	2,596	-6	6	-11	1	BTNT

Source: Calculs du CCI basés sur les statistiques de COMTRADE

Suite Liste des pays exportateurs Liste des régions importatrices Menu de sélection Aide

La première ligne du Tableau 1 *"Estimation des importations mondiales"* est un dispositif particulier spécifique à TradeMap. Cette ligne représente la somme des données directes ou miroirs de chaque pays, pour le produit *080222 Noisettes sans coques, fraîches ou sèches* et donne une vision globale du marché des importations dans le monde.

Dans cet exemple, le marché mondial pour les *080222 Noisettes sans coques, fraîches ou sèches* a une valeur de US$545 millions en 2002 avec une réduction de la valeur du marché en dollars US de 8% par an, au cours de la période 1998 à 2002 et une décroissance, au cours de la période 2001 à 2002, de 11%. La différence entre le taux de croissance moyen en valeur (-8%) et le taux de croissance moyen en volume (6%) montre clairement une chute des prix en dollars US du marché mondial de la noisette sans coque. Nous pouvons voir également que le marché est concentré essentiellement en Europe, les 11 marchés européens représentant 75% du marché mondial. Les seuls marchés non européens représentant plus d'1% du marché mondial sont les Etats-Unis d'Amérique et l'Australie.

Afin d'évaluer les pays qui concurrencent la Géorgie dans l'exportation des noisettes sans coques, l'institution d'appui au commerce pourrait cliquer sur *List de pays exportateurs* au bas du Tableau 1, et ferait apparaître la liste des pays exportateurs pour ce produit (voir le Tableau 2).

Il y a souvent une grande différence entre l'estimation des exportations et des importations mondiales. Cette différence entre les valeurs rapportées pour les importations (e.g.Tableau 1) et les exportations (e.g. Tableau 2) est principalement due au fait que les importations sont généralement rapportée en valeur CAF alors que les exportations sont généralement rapportées en valeur FOB. Consulter l'annexe pour plus d'informations sur l'interprétation des statistiques commerciales.

Tableau 2
Pour le produit sélectionné, liste des pays exportateurs en 2002
Produit : 080222 Noisettes sans coques, fraîches ou sèches

Exportateurs	Valeur exportée en 2002, en millier US$	Quantité exportée en 2002	Unité de quantité	Valeur unitaire (US$/unité)	Croissance annuelle des valeurs exportées entre 1998-2002, %	Croissance annuelle des quantités exportées entre 1998-2002, %	Croissance des valeurs exportées entre 2001-2002, %	Part dans les exportations mondiales, %	Rapporte dans Comtrade en 2002
Estimation des exportations mondiales	500,013	212,820	Tonnes	2,349	-7	7	-16	100	
la Turquie	369,051	161,181	Tonnes	2,290	-8	7	-24	73	Y
l'Italie	64,110	22,925	Tonnes	2,797	-8	2	59	12	Y
l'Azerbaïdjan	13,816	7,131	Tonnes	1,937	-2	3	44	2	Y
l'Espagne	10,433	4,063	Tonnes	2,568	-13	-1	4	2	Y
l'Allemagne	8,769	3,030	Tonnes	2,894	-7	2	4	1	
la France	7,244	2,723	Tonnes	2,660	23	41	80	1	Y
les Pays-Bas	5,787	2,013	Tonnes	2,875	8	22	-24	1	Y
la Géorgie	4,085	2,541	Tonnes	1,608	9	35	-35	0	
les États-Unis d'Amérique	1,774	526	Tonnes	3,373	-26	-28	-52	0	Y
Hong Kong (ré-exports)	1,130	1,444	Tonnes	783	69	114	15	0	Y
l'Autriche	924	286	Tonnes	3,231	-29	-23	108	0	Y
la Pologne	911	335	Tonnes	2,719			244	0	Y
le Danemark	743	257	Tonnes	2,891	6	36	20	0	Y

Source: Calculs du CCI basés sur les statistiques de COMTRADE

Suite Liste des pays importateurs List des régions exportatrices Menu de sélection Aide

Le Tableau 2 montre le marché des pays exportateurs de *080222 Noisettes sans coques, fraîches, sèches*. L'institution d'appui au commerce en Géorgie peut voir que ses exportateurs génèrent presque 1% des exportations mondiales avec un taux de croissance annuel de 9% par an, nettement supérieur à la diminution globale du marché mondial en dollars US de 7% par an au cours de la période 1998-2002. La croissance des quantités exportées vers le monde par la Géorgie augmente également (35% par an) à un taux plus rapide que la croissance en valeur exportée, indiquant une baisse des prix moyens en dollars US.

La dernière colonne est vide car la Géorgie n'a pas rapporté de données pour l'année 2002. Ceci signifie que les données concernant les exportations de la Géorgie sont basées sur les données rapportées par les pays partenaires sur leurs importations en provenance de la Géorgie. Ces données basées sur les données rapportées par les pays partenaires se nomment "statistiques miroirs" (voir l'annexe pour plus de détails).

La Turquie est le plus grand exportateur de *080222 Noisettes sans coques, fraîches ou sèches* avec 73% du marché mondial, malgré une diminution de 8% par an de la valeur de ses exportations au cours de la période. En revanche, le volume des exportations turques a augmenté de 7% par an sur la même période. Ceci montre clairement une diminution du prix en dollars US des exportations turques pour ce produit.

Notes explicatives pour les Tableau 1 **et** Tableau 2

Importateurs (Exportateurs): Les pays sont classés par valeur importée ou exportée.

Valeur importée (exportée) en 2002 en milliers US$: Valeur importée (exportée) en 2002 en milliers de dollars US, telle que rapportée par les pays dans la base de données COMTRADE ou en utilisant les statistiques miroirs.

Quantité importée (exportée) en 2002 : Quantité globale importée ou exportée en 2002, comme enregistrée dans la base COMTRADE par le pays ou comme calculée avec les statistiques miroirs. Concernant les quantités miroirs, si les pays rapporteurs utilisent différentes unités de quantité, aucune quantité ne sera affichée.

Unité de quantité: Unité dans laquelle les quantités sont enregistrées.

Valeur unitaire (US$/unité): Prix en dollars US par unité de quantité.

Croissance annuelle des valeurs importées (exportées) entre 1998-2002, %: Cette croissance est calculée en utilisant la méthode des moindres carrés. Si un pays n'a pas rapporté de données commerciales en 2002, le calcul de la croissance est basé sur les statistiques miroirs. Aucune croissance n'est calculée si les données d'un pays ne sont disponibles que pour une période inférieure à 4 ans.

Croissance annuelle des quantités importées (exportées) entre 1998-2002, %: Cette croissance est calculée selon la même méthode que celle employée dans le calcul de la croissance annuelle des valeurs.

Croissance des valeurs importées (exportées) entre 2001-2002, %: Ce taux constitue un bon complément de la croissance à cinq ans, indiquant si les taux de croissance ont été stables ou volatiles au cours des 5 années et montrant la performance du pays au cours des deux dernières années.

Part dans les importations (exportations) mondiales, %: Cet indicateur prend en compte tous les pays, qu'ils aient ou non rapporté leurs données.

Information sur les barrières tarifaires et non tarifaires (Tableau 1): Information sur le tarif et les barrières non tarifaires au niveau de la ligne tarifaire (c'est-à-dire à 6, 8 ou 10 chiffres de la nomenclature SH selon le pays).

Rapporte dans COMTRADE en 2002 (Tableau 2): le "Y" pour les "oui" indique quels pays ont rapporté leurs données commerciales à la base de données COMTRADE en 2002 (la dernière année analysée). S'il n'y a aucune entrée, ce pays n'a pas rapporté et les données sont basées sur des statistiques miroirs.

Quels sont les marchés prioritaires à promouvoir ?

B. Identifier des nouveaux marchés d'exportation – Filets et chair de poissons de l'Ouganda

Un exportateur de *Filets et chair de poissons* en Ouganda souhaite examiner les opportunités de diversification de ses marchés d'exportation. Dans TradeMap, l'exportateur choisira l'Ouganda (ci-dessus) comme pays et *Filets et chair de poissons* comme produit à analyser.

Le choix d'un marché potentiel pour des exportations nécessite plusieurs étapes (présentées dans les pages suivantes). L'exportateur devrait passer en revue ses exportations actuelles vers les pays partenaires pour les comparer avec la performance globale des exportations ougandaises dans le domaine. Par la suite, il pourra identifier les principaux importateurs mondiaux pour *les Filets de poissons frais* et savoir comment évolue la demande sur ces marchés, comment les partenaires actuels se classent comme pays importateurs et quels autres pays pourraient constituer des marchés potentiels.

Enfin, l'exportateur devra définir quelles sont les barrières d'accès à ces marchés potentiels et quels pays fournissent actuellement ces marchés.

Avec quels pays mon pays commerce-t-il actuellement?

1. Revue des exportations vers les pays partenaires actuels

Dans un premier temps, l'exportateur ougandais du produit *030410 Filets et chair de poissons, frais ou réfrigérés* pourrait employer TradeMap pour voir quels pays importent ce produit de l'Ouganda. Après avoir sélectionné Ouganda et *030410 Filets et chair de poissons, frais ou réfrigérés* dans TradeMap, l'exportateur verra apparaître le Tableau 3.

Les exportations totales de ce produit en provenance de l'Ouganda se sont élevées à US$36 millions. La Belgique est le plus grand marché d'importation d'Ouganda absorbant 48% des exportations de *filets de poissons* ougandais, alors que la Belgique représente seulement 5% des importations mondiales totales et se classe au 5ème rang parmi les importateurs mondiaux. Concernant la Belgique ou les Pays-Bas, il est important de noter que les ports d'Anvers et de Rotterdam servent parfois de points d'entrée pour l'Union européenne et ainsi la destination finale du produit n'est pas toujours la Belgique ou les Pays-Bas.

Par ailleurs, les États-Unis constituent le premier marché mondial avec 45% des importations mondiales, mais avec seulement 2% des exportations des *Filets et chair de poissons* de l'Ouganda, les États-Unis sont le 5ème partenaire de l'Ouganda. Les exportations ougandaises vers les États-Unis ont diminué au cours de la période 1998-2002 (35% p.a.), alors que la demande globale des États-Unis pour ce produit s'est accrue de 17% p.a. Nous pouvons également constater que pour le 7ème plus grand importateur mondial, le Royaume-Uni, les importations de ce produit ont augmenté de 66% p.a. au cours de la période 1998-2002. Le Royaume-Uni a consommé 3% de l'offre mondiale mais représente moins de 1% des exportations ougandaises.

Tableau 3
Liste des marchés importateurs pour un produit exporté par l'Ouganda en 2002
Produit : 030410 Filets et chair de poissons, frais ou réfrigérés

L'Ouganda représente 2% des exportations mondiales pour ce produit, son rang dans les pays exportateurs est 11

L'Ouganda représente 2% des exportations mondiales pour ce produit, son rang dans les pays exportateurs est 11

Importateurs	Valeur exportée en 2002 en millier US$	Répartition des exportations pour l'Ouganda , %	Quantité exportée en 2002	Unité de quantité	Valeur unitaire (US$/unité)	Croissance annuelle des valeurs exportées entre 1998-2002, %	Croissance annuelle des quantités exportées entre 1998-2002, %	Taux de croissance des valeurs exportées entre 2001-2002, %	Rang du pays partenaire dans les marchés importateurs	Part du pays partenaire dans les importations mondiales, %	Taux de croissance des importations globales du pays partenaire entre 1998-2002, %, p.a.
Monde	36,818	100	9,202	Tonnes	4,001	10	26	18			9
la Belgique	17,535	48	4,308	Tonnes	4,070	45	35	78	5	5	6
les Pays-Bas	9,406	26	2,333	Tonnes	4,032	-5	13	-21	6	4	27
l'Espagne	5,344	15	1,416	Tonnes	3,774			82	8	3	4
l'Italie	2,652	7	661	Tonnes	4,012			-12	4	5	12
les Etats-Unis d'Amérique	836	2	228	Tonnes	3,667	-35	31	-35	1	45	17
les Emirats arabes unis	619	2	123	Tonnes	5,033	35	6	50	26	0	47
l'Egypte	71	0	30	Tonnes	2,367			-38	57	0	-33
l'Australie	68	0	32	Tonnes	2,125				28	0	2
le Royaume-Uni	47	0	13	Tonnes	3,615	66		-94	7	3	17

Source: Calculs du CCI basés sur les statistiques de COMTRADE

Régions partenaires | Fournisseurs du pays | Importateurs du pays (SH4) | Produits similaires (SH6) exportés par l'Ouganda | Produits similaires (SH4) exportés par l'Ouganda | Exportateurs mondiaux | Importateurs mondiaux | Données miroirs | Menu de sélection | Graphique bulle | Aide

Le menu, au bas du Tableau 3, offre plusieurs options:

Régions partenaires: permet de connaître parmi les régions définies dans TradeMap lesquelles sont partenaires de l'Ouganda.

Fournisseurs du pays : permet de savoir si l'Ouganda est un exportateur net de filets et chair de poissons en indiquant depuis quels pays l'Ouganda importe ce produit.

Importateurs du pays (SH4) : donne la liste des pays qui importent les filets de poissons frais ou congelés (code produit : 0304) exportés par l'Ouganda

Produits similaires (SH 6) exportés par l'Ouganda : donne la liste des produits dont le code commence par 0304 et qui sont exportés par l'Ouganda

Produits similaires (SH 4) exportés par l'Ouganda : donne la liste des groupes de produits à 4 chiffres dont le code commence par 03 et qui sont exportés par l'Ouganda

Exportateurs mondiaux/Importateurs mondiaux : donne la possibilité de visualiser le Tableau 1 ou Tableau 2 pour les *Filets et chair de poissons*

Données miroirs : présente le Tableau 3 en utilisant les données des pays partenaires. Ce tableau permet de se faire une idée sur la fiabilité des données rapportées.

Graphique bulle : possibilité de présenter les résultats du tableau Tableau 3 sous forme de graphique bulle. Ce type de graphique sera décrit en détail plus tard.

Notes explicatives pour le Tableau 3

Importateurs: Les pays sont classés par valeur exportée.

Valeur exportée en 2002 en milliers US$: Valeur exportée en 2002 en milliers de dollars US, telle que rapportée par le pays sélectionné ou rapportée par le pays partenaire (quand le pays sélectionné n'a pas rapportéses données commerciales).

Répartition des exportations pour l'Ouganda, %: Part de marché des pays partenaires dans les exportations du pays cible (l'Ouganda).

Quantité exportée en 2002: Quantité exportée en 2002. En ce qui concerne la quantité miroir, il peut exister des unités différentes selon les pays rapporteurs.

Unité de quantité: Unité dans laquelle les quantités sont rapportées.

Valeur unitaire (US$/unité): Prix en dollars US par unité de quantité.

Croissance annuelle des valeurs exportées entre 1998 et 2002, %: Cette croissance est calculée en utilisant la méthode des moindres carrés. Si un pays n'a pas rapportéde données commerciales en 2002, le calcul de la croissance est basé sur les données miroirs. Aucune croissance n'est calculée si les données d'un pays ne sont disponibles que pour une période inférieure à 4 ans.

Croissance annuelle des quantités exportées entre 1998 et 2002, %: Cette croissance est calculée selon la même méthode que celle employée dans le calcul de la croissance annuelle des valeurs. Il est intéressant de comparer la croissance en valeur et la croissance en quantité pour avoir une indication de la croissance des prix en dollars US.

Taux de croissance des valeurs exportées entre 2001 et 2002, %: Ce taux constitue un bon complément de la croissance à cinq ans, indiquant si les taux de croissance ont été stables ou volatiles au cours des 5 années et montrant la performance du pays au cours des deux dernières années.

Rang du pays partenaire dans les marchés importateurs: Ceci indique le rang mondial du pays partenaire en tant qu'importateur. Grâce à cet indicateur, il est possible de savoir si le pays sélectionné commerce avec les principaux marchés mondiaux pour le produit sélectionné.

Part du pays partenaire dans les importations mondiales, %: Ceci indique la part mondiale représentée par le pays partenaire comme importateur du produit sélectionné.

Taux de croissance des importations globales du pays partenaire entre 1998 et2002, %, p.a.: ceci indique la croissance des importations globales du pays partenaire pour le produit sélectionné. Cet indicateur est calculé à partir des données rapportées par le marché cible. Cet indicateur, combiné avec la croissance des exportations en valeur, calculé plus haut, vous permet de voir si le pays étudié a augmenté ou non sa part de marché dans le pays partenaire.

Où se trouvent les opportunités de diversification de marchés ?

2. Identifier les principaux importateurs mondiaux

Maintenant que l'exportateur ougandais de *Filets et chair de poissons* a une idée des partenaires actuels de l'Ouganda et de leur classement dans ses exportations, TradeMap peut être employé pour voir quels sont les principaux marchés d'importation mondiaux. L'exportateur choisira alors de sélectionner *Importateurs mondiaux* au bas du tableau 3 pour obtenir le tableau 4.

Tableau 4
Pour le produit sélectionné, liste des pays importateurs en 2002
Produit : 030410 Filets et chair de poissons, frais ou réfrigérés

Importateurs	Valeur importée en 2002, en millier US$	Quantité importée en 2002	Unité de quantité	Valeur unitaire (US$/unité)	Croissance annuelle des valeurs importées entre 1998-2002, %	Croissance annuelle des quantités importées entre 1998-2002, %	Croissance des valeurs importées entre 2001-2002, %	Part dans les importations mondiales, %	Information sur les barrières tarifaires et non tarifaires
Estimation des importations mondiales	1,762,749	340,884	Tonnes	5,171	9	7	4	100	
les États-Unis d'Amérique	807,765	137,652	Tonnes	5,868	17	21	8	45	BTNT
l'Allemagne	140,607	46,348	Tonnes	3,034	-4	-6	-21	7	BTNT
la France	132,844	24,628	Tonnes	5,394	-5	-5	7	7	BTNT
l'Italie	103,355	18,175	Tonnes	5,687	12	15	18	5	BTNT
la Belgique	91,097	16,484	Tonnes	5,526	6	8	18	5	BTNT
les Pays-Bas	81,034	16,252	Tonnes	4,986	27	17	30	4	BTNT
le Royaume-Uni	68,323	10,223	Tonnes	6,683	17	16	-12	3	BTNT
l'Espagne	59,179	10,744	Tonnes	5,508	4	3	-1	3	BTNT
la Suisse	56,631	6,708	Tonnes	8,442	-1	1	2	3	BTNT
la Suède	48,933	10,102	Tonnes	4,844	13	15	40	2	BTNT
le Japon	45,496	5,382	Tonnes	8,453	-2	-7	-11	2	BTNT
le Canada	28,711	5,629	Tonnes	5,101	30	28	1	1	BTNT

Source: Calculs du CCI basés sur les statistiques de COMTRADE

Suite Liste des pays exportateurs Liste des régions importatrices Menu de sélection Aide

Le Tableau 4 montre pour chaque pays importateur de *030410 Filets et chair de poissons, frais ou réfrigérés*, la valeur et la quantité importées, l'unité de quantité, la valeur unitaire, le taux de croissance, la part de marché et si l'information sur les barrières tarifaires et non tarifaires est disponible. Le Royaume-Uni étant un marché en croissance (17% p.a.), il peut être une perspective intéressante pour l'exportateur ougandais. Cependant, le taux de croissance pour la période 2001-2002 (-12%) indique peut-être un retournement de tendance. Une étude plus détaillée du marché du Royaume-Uni devrait permettre de faire la part entre la volatilité de la croissance à cinq ans et un retournement de tendance (voir l'annexe 1).

En cliquant sur *Royaume-Uni* l'exportateur pourra voir la liste des pays fournisseurs du Royaume-Uni et affiner son analyse.

Notes explicatives pour le Tableau 4

Importateurs: Les pays sont classés par valeur importée.

Valeur importée en 2002, en milliers US$: Telle que rapportée par les pays dans la base de données de COMTRADE ou comme calculée avec des statistiques miroirs.

Quantité importée en 2002: En ce qui concerne la quantité miroir, si les pays rapporteurs emploient des unités de quantité différentes, aucune quantité ne sera donnée.

Unité de quantité: Unité de présentation des quantités rapportées.

Valeur unitaire (US$/unité): Prix en dollars US par unité.

Croissance annuelle des valeurs importées entre 1998-2002, %: Cette croissance est calculée en utilisant la méthode des moindres carrés. Si un pays n'a pas rapporté de données commerciales en 2002, le calcul de la croissance est basé sur les données miroirs. Aucune croissance n'est calculée si les données d'un pays ne sont disponibles que pour une période inférieure à 4 ans.

Croissance annuelle des quantités importées entre 1998-2002, %: Cette croissance est calculée selon la même méthode employée dans le calcul de la croissance annuelle en valeur.

Croissance des valeurs importées entre 2001-2002, %: Ce taux constitue un bon complément de la croissance à cinq ans, indiquant si les taux de croissance ont été stables ou volatiles au cours des 5 années et montrant la performance du pays au cours des deux dernières années.

Part dans les importations mondiales, %: Cet indicateur tient compte de tous les pays, qu'ils aient ou non rapporté leurs données.

Information sur les barrières tarifaires et non tarifaires: Information sur les barrières tarifaires et non tarifaires au niveau de la ligne tarifaire (c'est-à-dire à 6, 8 ou 10 chiffres de la nomenclature SH selon le pays).

Quelles sont les barrières tarifaires et non tarifaires d'accès à tel marché spécifique ?

3. Analyse des barrières d'accès au marché dans les pays partenaires

TradeMap contient également des informations sur les barrières tarifaires et non tarifaires au niveau de la ligne tarifaire, dérivées des sources nationales et couvrant les mesures tarifaires, les mesures para tarifaires, les régimes de licences et les mesures techniques. Avec cette information, il est possible d'apprécier l'accessibilité à n'importe quel marché potentiel. En cliquant sur *BTNT* dans le Tableau 4 sur la ligne du Royaume-Uni, on obtient le Tableau 5.

Ce tableau donne une liste des produits pour lesquels l'information sur les barrières tarifaires et non tarifaires est disponible dans TradeMap. Ces codes produits correspondent aux lignes tarifaires nationales du pays importateur. Pour les pays dont la ligne tarifaire nationale correspond au niveau à 6 chiffres de la nomenclature SH, TradeMap ne produira pas la liste de codes produits telle qu'elle apparaît dans le tableau 6 mais produira directement le Tableau 6.

Tableau 5
L'information disponible sur les barrières tarifaires et non tarifaires appliquées par le Royaume-Uni

L'information sur les barrières tarifaires et non tarifaires appliquées par le Royaume-Uni est disponible pour les produits suivants :

Code produit	Libellé du produit
0304101110	Trout (Salmo gairdneri)
0304101190	Other
0304101311	Wild
0304101321	Whole fish fillets, more than 300 g each
0304101329	Other fish fillets or fillet portions, 300 g or less each
0304101390	Other
0304101920	Of eels (Anguilla spp)
0304101930	Of carp
0304101940	Of trout (Oncorhynchus apache and Oncorhynchus chrysogaster)
0304101990	Other

Next | Liste des marchés fournisseurs pour le Royaume-Uni | Pays exportateurs | Pays importateurs | Menu de sélection

En choisissant le code produit *0304101321 Whole fish fillets, more than 300 g each (Filets de poissons entiers de plus de 300g)* on obtient le Tableau 6. Celui-ci indique que l'exportateur ougandais se verra appliquer un tarif de la Nation la Plus Favorisée (NPF) de 2% sur le produit en question, mais en tant que membre de l'organisation Afrique Caraïbes Pacifique (ACP) il bénéficie d'un accord préférentiel et par conséquent, il ne paiera pas de droit de douanes.

En choisissant les *Notes pays*, au bas du Tableau 6, on obtient pour certains pays des notes plus détaillées sur les barrières d'accès au marché (dans le cas du Royaume-Uni se seront les notes de l'Union européenne) En choisissant *Notes explicatives* on obtiendra des définitions plus détaillées sur les barrières spécifiques couvertes.

Tableau 6
Barrières tarifaires 2001 et barrières non tarifaires 2001 rapportées par le Royaume-Uni
Produit : 0304101321 Whole fish fillets, more than 300 g each
(Filets de poissons entiers de plus de 300 g)

Mesures tarifaires et non tarifaires	Tarifs ad-valorem	Tarifs spécifiques	Accord avec les pays suivants	Description des mesures non tarifaires ou du produit
Droits NPF (Appliqués)	2%			
Préférence pour les pays les moins avancés	0%			
Préférence pour les pays de l'outre-mer	0%			
Préférence pour les pays EEA	2%			
Accord préférentiel pour les pays ACP	0%			
Préférence pour les pays luttant contre la drogue	0%			
Accord préférentiel pour le Maroc	0%			
Accord préférentiel pour la Tunisie	0%			
Accord préférentiel pour l'Algérie	0%			
Accord préférentiel pour Andorre	0%			
Accord préférentiel pour la Chypre	0%			
Accord préférentiel pour la Turquie	0%			
Accord préférentiel pour la Macédoine	0%			
Accord préférentiel pour le Mexique	0%			
Accord préférentiel pour la Croatie	0%			
Droits NPF (Appliqués)	2%			

Source: Données nationales rapportées à la CNUCED (TRAINS) et au CCI (Market Access Map)

Liste des marchés fournisseurs pour le Royaume-Uni | Pays exportateurs | Pays importateurs | Menu de sélection | Notes pays | Notes explicatives

Quels pays sont en concurrence sur un marché spécifique ?

4. Analyse des performances des concurrents

En cliquant sur la *Liste des marchés fournisseurs pour le Royaume-Uni* au bas du Tableau 6, on obtient le Tableau 7, qui donne des informations sur les pays fournisseurs de *Filets et chair de poissons, frais ou réfrigérés* au Royaume-Uni. On peut obtenir la même information en cliquant sur le nom du pays dans la *Liste des marchés importateurs pour un produit exporté* (e.g. dans le Tableau 1 ou le Tableau 3). Ceci va permettre à l'exportateur ougandais de savoir quels sont ses principaux concurrents sur le marché du Royaume-Uni des *Filets et chair de poissons.* L'Islande, avec 57% du marché du Royaume-Uni, est le principal fournisseur mais la liste des principaux partenaires du Royaume Uni montre une assez bonne diversité géographique avec plusieurs pays asiatiques ou américains. Le tableau montre également si le marché du Royaume-Uni importe déjà le produit étudié depuis des pays voisins de l'Ouganda ou depuis des pays similaires dans leurs structures d'exportation.

Une fois que l'exportateur ougandais sait dans quels pays se trouvent ses concurrents principaux pour l'exportation vers le Royaume-Uni, il pourra entreprendre une recherche complémentaire sur leurs avantages éventuels, tels que logistiques, accords commerciaux, liens politiques, etc.

Tableau 7
Liste des marchés fournisseurs pour un produit importé par le Royaume-Uni en 2002
Produit : 030410 Filets et chair de poissons, frais ou réfrigérés

Le Royaume-Uni représente 3% des importations mondiales pour ce produit, son rang dans les pays importateurs est 7

Exportateurs	Valeur importée en 2002 en millier US$	Répartition des importations pour le Royaume-Uni , %	Quantité importée en 2002	Unité de quantité	Valeur unitaire (US$/unité)	Croissance annuelle des valeurs importées entre 1998-2002, %	Croissance annuelle des quantités importées entre 1998-2002, %	Taux de croissance des valeurs importées entre 2001-2002, %	Rang du pays partenaire dans les marchés exportateurs	Part du pays partenaire dans les exportations mondiales, %	Taux de croissance des exportations globales du pays partenaire entre 1998-2002, %, p.a.
Monde	68,323	100	10,223	Tonnes	6,683	17	16	-12			9
l'Islande	38,609	57	4,838	Tonnes	7,980	22	25	9	6	5	11
le Sri Lanka	9,464	14	1,749	Tonnes	5,411	64	54	34	88	0	
l'Indonésie	4,051	6	566	Tonnes	7,157	27	22	14	22	0	13
les Etats-Unis d'Amérique	2,230	3	344	Tonnes	6,483	34	29	8	17	1	15
les Maldives	2,136	3	278	Tonnes	7,683	95	73	23	79	0	
le Danemark	1,983	3	368	Tonnes	5,389	75	47	-73	3	10	-1
la Norvège	1,899	3	425	Tonnes	4,468	52	34	76	5	6	-5
les Iles Féroé	1,521	2	326	Tonnes	4,666	-38	-37	-34	30	0	-31
les Seychelles	1,467	2	179	Tonnes	8,196	18	19	19			
la France	1,386	2	248	Tonnes	5,589	8	27	-61	14	1	-5
le Chili	790	1	348	Tonnes	2,270	13	40	-45	1	23	18
l'Equateur	584	1	78	Tonnes	7,487	-22	-27	-48	12	1	50

Source: Calculs du CCI basés sur les statistiques de COMTRADE

Suite | Barrières commerciales | Régions partenaires | Importateurs du pays | Fournisseurs du pays (SH4) | Produits similaires (SH6) importés par le Royaume-Uni | Produits similaires (SH4) importés par le Royaume-Uni | Exportateurs mondiaux | Importateurs mondiaux | Données miroirs | Menu de sélection | Graphique bulle | Aide

Notes explicatives pour le Tableau 7

Exportateurs: Pays partenaires classés par valeur exportée.

Valeur importée en 2002 en milliers US$: Données telles que rapportées par le pays sélectionné ou rapportées par le pays partenaire (quand le pays sélectionné ne rapporte pas ses données commerciales).

Répartition des importations pour le Royaume-Uni, %: Part des pays partenaires dans les importations du pays ciblé.

Quantité importée en 2002: En ce qui concerne la quantité miroir, il peut exister des unités de quantité différentes selon les pays rapporteurs.

Unité de quantité: Unité dans laquelle les quantités sont enregistrées.

Valeur unitaire (US$/unité): Prix en dollars US par unité de quantité.

Croissance annuelle des valeurs importées entre 1998 et 2002, %: Cette croissance est calculée en utilisant la méthode des moindres carrés. Si un pays n'a pas rapporté de données commerciales en 2002, le calcul de la croissance est basé sur les données miroirs. Aucune croissance n'est calculée si les données d'un pays ne sont disponibles que pour une période inférieure à 4 ans.

Croissance annuelle des quantités importées entre 1998-2002, %: Cette croissance est calculée selon la même méthode que celle employée dans le calcul de la croissance annuelle des valeurs.

Taux de croissance des valeurs importées entre 2001 et 2002, %: Ce taux constitue un bon complément de la croissance à cinq ans, indiquant si les taux de croissance ont été stables ou volatiles au cours des 5 années et montrant la performance du pays au cours des deux dernières années.

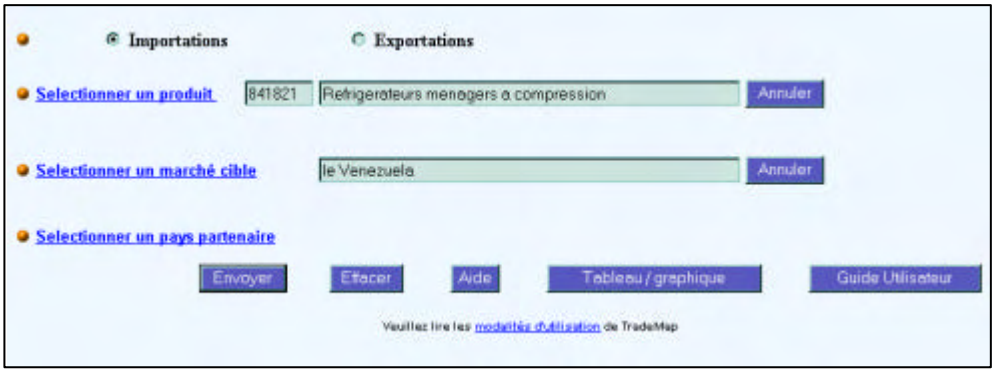
Rang du pays partenaire dans les marchés exportateurs: Ceci indique le rang mondial du pays partenaire en tant qu'exportateur. Grâce à cet indicateur, il est possible de savoir si le pays sélectionné commerce avec les principaux marchés mondiaux pour le produit sélectionné.

Part du pays partenaire dans les exportations mondiales, %: Ceci indique la part mondiale représentée par le pays partenaire comme exportateur du produit sélectionné.

Taux de croissance des exportations globales du pays partenaire entre 1998-2002, %, p. a.: La croissance des exportations du pays partenaire vers le monde au cours de la période, à ne pas confondre avec une augmentation de part de marché.

Quels sont les pays fournissant la majorité des importations de mon pays?

Existe-t-il d'autres sources d'approvisionnement ?



C. Identification de nouvelles sources d'approvisionnement – Importations de réfrigérateurs par le Venezuela

TradeMap fournit également des pistes aux importateurs en matière de diversification de fournisseurs. Un importateur de *841821 Réfrigérateurs ménagers à compression* au Venezuela souhaite étudier la possibilité de diversifier ses fournisseurs. L'importateur choisira *Venezuela* comme pays à analyser et *841821 Réfrigérateurs ménagers à compression*, comme produit à analyser (ci-dessus). En choisissant par la suite "Importations", il pourra générer une liste des marchés fournissant le produit en question au Venezuela (voir le Tableau 8).

Tableau 8
Liste des marchés fournisseurs pour un produit importé par le Venezuela en 2002
Produit : 841821 Réfrigérateurs ménagers à compression

Le Venezuela représente 0% des importations mondiales pour ce produit, son rang dans les pays importateurs est 31. Le Venezuela n'a pas rapporté de données sur le commerce dans la base COMTRADE. Les résultats sont donc basés sur les données des pays fournisseurs

Exportateurs	Valeur importée en 2002 en millier US$	Répartition des importations pour le Venezuela , %	Quantité importée en 2002	Unité de quantité	Valeur unitaire (US$/unité)	Croissance annuelle des valeurs importées entre 1998-2002, %	Croissance annuelle des quantités importées entre 1998-2002, %	Taux de croissance des valeurs importées entre 2001-2002, %	Rang du pays partenaire dans les marchés exportateurs	Part du pays partenaire dans les exportations mondiales, %	Taux de croissance des exportations globales du pays partenaire entre 1998-2002, %, p.a.
Total	12,759	100	0	Pas de quantités		-14		-64			3
la Colombie	5,435	43	1,722	Tonnes	3,156	1	6	-69	29	0	14
le Mexique	2,951	23	3,143	Tonnes	939	-20	10	-59	4	10	12
les États-Unis d'Amérique	2,437	19	4,442	Unités	549	-30	-30	-59	10	2	-20
le Pérou	807	6	264	Tonnes	3,057	80	84	-48	41	0	-5
l'Équateur	634	5	166	Tonnes	3,819	188	190	-62	54	0	10
la Turquie	209	2	77	Tonnes	2,714			354	3	10	20
l'Inde	70	1	465	Unités	151	66	83	-61	31	0	66
la Chine	44	0	545	Unités	81	1	2	-75	2	10	43

Source: Calculs du CCI basés sur les statistiques de COMTRADE

Barrières commerciales | Régions partenaires | Importateurs du pays | Fournisseurs du pays (SH4) | Produits similaires (SH6) importés par le Venezuela | Produits similaires (SH4) importés par le Venezuela | Exportateurs mondiaux | Importateurs mondiaux | Menu de sélection | Graphique bulle | Aide

Le Tableau 8 montre que la Colombie est le principal fournisseur de réfrigérateurs au Venezuela avec 43% du marché. La Colombie n'est que le 29ème exportateur mondial de

réfrigérateurs mais il est assez dynamique avec une croissance de ses exportations globales de 14% par an au cours de la période 1998-2002 alors que sur la même période le taux de croissance du marché mondial des réfrigérateurs est de 3%. Le marché vénézuélien est essentiellement un marché régional puisque 97% des importations vénézuéliennes proviennent des pays voisins. Le tableau montre également que la Chine, le deuxième exportateur mondial, a moins de 1% du marché des *841821 Réfrigérateurs ménagers à compression* du Venezuela. Bien que les importations du Venezuela en provenance de Chine aient vu une croissance de 1% p.a. par an au cours de la période 1998-2002, elles restent très faibles face au dynamisme de la Chine qui a augmenté ses exportations mondiales de 43% par an sur la même période.

Si les coûts de transport ne sont pas prohibitifs, la Chine pourrait être une alternative d'approvisionnement viable. Il pourrait également être intéressant d'analyser pourquoi le plus grand exportateur au monde (le pays qui serait classé numéro 1 dans la colonne "Rang du pays partenaire dans les marchés exportateurs") n'est pas parmi les premiers fournisseurs du Venezuela ou quels sont les autres pays latino-américains exportateurs de *841821 Réfrigérateurs ménagers à compression*.

Notes explicatives pour le Tableau 8

Exportateurs: Pays partenaires classés par valeur exportée.

Valeur importée en 2002 en milliers US$: Données telles que rapportées par le pays sélectionné ou rapportées par le pays partenaire (quand le pays sélectionné n'a pas rapportéses données commerciales).

Répartition des importations pour le Venezuela, %: Part des pays partenaires dans les importations du pays ciblé.

Quantité importée en 2002: En ce qui concerne la quantité miroir, il peut exister des unités de quantité différentes selon les pays rapporteurs.

Unité de quantité: Unité dans laquelle les quantités sont enregistrées.

Valeur unitaire (US$/unité): Prix en dollars US par unité de quantité.

Croissance annuelle des valeurs importées entre 1998 et 2002, %: Cette croissance est calculée en utilisant la méthode des moindres carrés. Si un pays n'a pas rapportéde données commerciales en 2002, le calcul de la croissance est basé sur les données miroirs. Aucune croissance n'est calculée si les données d'un pays ne sont disponibles que pour une période inférieure à 4 ans.

Croissance annuelle des quantités importées entre 1998-2002, %: Cette croissance est calculée selon la même méthode que celle employée dans le calcul de la croissance annuelle des valeurs.

Taux de croissance des valeurs importées entre 2001 et 2002, %: Ce taux constitue un bon complément de la croissance à cinq ans, indiquant si les taux de croissance ont été stables ou volatiles au cours des 5 années et montrant la performance du pays au cours des deux dernières années.

Rang du pays partenaire dans les marchés exportateurs: Ceci indique le rang mondial du pays partenaire en tant qu'exportateur. Grâce à cet indicateur, il est possible de savoir si le pays sélectionné commerce avec les principaux marchés mondiaux pour le produit sélectionné.

Part du pays partenaire dans les exportations mondiales, %: Ceci indique la part mondiale représentée par le pays partenaire comme exportateur du produit sélectionné.

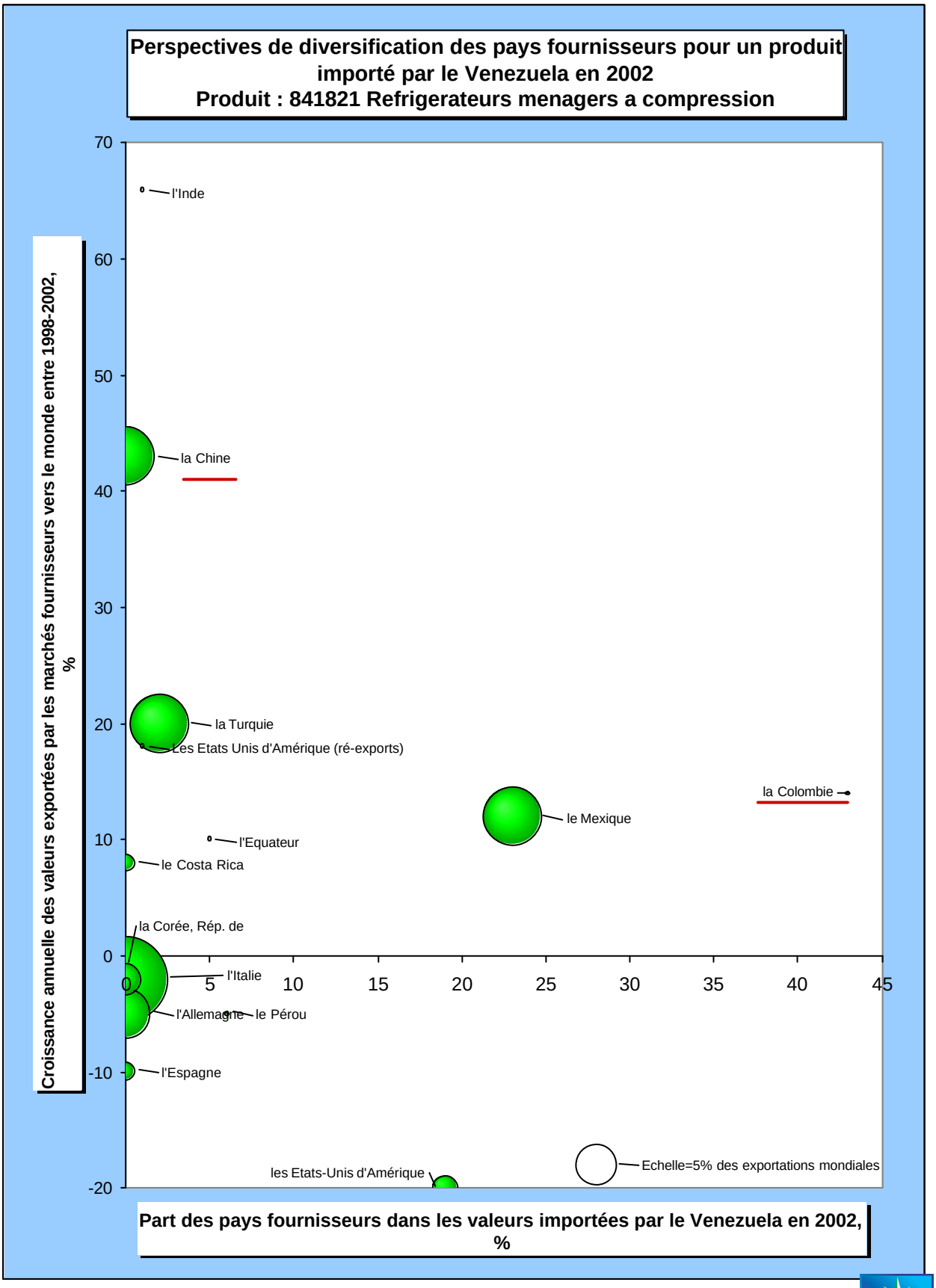
Taux de croissance des exportations globales du pays partenaire entre 1998-2002, %, p.a. : La croissance des exportations du pays partenaire vers le monde au cours de la période, à ne pas confondre avec une augmentation de part de marché.

L'information fournie dans le Tableau 8 est également disponible sous forme de graphique bulle (voir le Diagramme 1). Le Diagramme 1 présente la croissance des exportations des principaux marchés partenaires du Venezuela pour des *Réfrigérateurs* (en vertical) par rapport à la part de ces partenaires dans les importations du Venezuela (en horizontal), fournissant ainsi une vue d'ensemble des perspectives dans le cadre d'une diversification d'approvisionnement.

Le Diagramme 1 montre que la Colombie, comme mentionné précédemment, contrôle une grande partie du marché du Venezuela pour les *Réfrigérateurs* (43%), mais détient une petite part des exportations mondiales (<1%), tout en ayant une croissance des exportations raisonnable (14%). La Chine est présentée comme ayant une croissance significative de ses exportations globales (43% p.a.), mais ayant une part relativement petite dans les importations du Venezuela (< 1%).

Diagramme 1

Perspectives de diversification des pays fournisseurs pour un produit importé par le Venezuela en 2002



Note: La taille des cercles correspond à la part du pays partenaire (en %), dans les exportations mondiales.
Source: Calculs du CCI basés sur les statistiques de COMTRADE.

Quels sont les produits prioritaires à promouvoir ?

D. Recherche de potentiel pour une diversification de produit – Habillement en provenance du Maroc

Un exportateur de *620342 Pantalons de coton, pour hommes ou garçonnets* au Maroc recherche des opportunités de diversification de produits vers Chypre et souhaite connaître les autres produits connexes demandés. Une liste des marchés fournissant Chypre peut être générée en choisissant *620342 Pantalons de coton, pour hommes ou garçonnets* dans le menu produit (ci-dessus), Chypre comme pays étudié et "Importations" (voir le Tableau 9).

Tableau 9
Liste des marchés fournisseurs pour un produit importé par Chypre en 2002
Produit : 620342 Pantalons...de coton, pour hommes ou garçonnets

Chypre représente 0% des importations mondiales pour ce produit, son rang dans les pays importateurs est 54

Exportateurs	Valeur importée en 2002 en millier US$	Répartition des importations pour Chypre , %	Quantité importée en 2002	Unité de quantité	Valeur unitaire (US$/unité)	Croissance annuelle des valeurs importées entre 1998-2002, %	Croissance annuelle des quantités importées entre 1998-2002, %	Taux de croissance des valeurs importées entre 2001-2002, %	Rang du pays partenaire dans les marchés exportateurs	Part du pays partenaire dans les exportations mondiales, %	Taux de croissance des exportations globales du pays partenaire entre 1998-2002, %, p.a.
Monde	8,755	100	910,303	Unités	10	8	3	-2			0
la Grèce	2,645	30	202,007	Unités	13	22	33	19	62	0	-8
la Chine	1,271	15	295,273	Unités	4	36	50	1	2	11	4
l'Italie	1,148	13	46,309	Unités	25	-7	-11	-21	3	6	1
l'Espagne	501	6	39,174	Unités	13	17	30	-12	21	1	-2
le Royaume-Uni	385	4	26,589	Unités	14	-11	-1	-13	29	0	-15
le Sri Lanka	332	4	20,084	Unités	17	56	57	50	25	1	
la Tunisie	323	4	14,081	Unités	23	21	16	-4	7	4	
l'Inde	231	3	34,588	Unités	7	18	25	55	20	1	8
le Maroc	210	2	11,444	Unités	18	4	15	0	12	2	

Source: Calculs du CCI basés sur les statistiques de COMTRADE

Suite | Barrières commerciales | Régions partenaires | Importateurs du pays | Fournisseurs du pays (SH4) | Produits similaires (SH6) importés par Chypre | Produits similaires (SH4) importés par Chypre | Exportateurs mondiaux | Importateurs mondiaux | Données miroirs | Menu de sélection | Graphique bulle | Aide

Le Tableau 9 présente les concurrents du Maroc sur le marché Chypriote pour des *Pantalons en coton, pour hommes ou garçonnets*. On constatera que le Maroc est le 9ème pays partenaire de Chypre avec 2% de part de marché. La taille du marché chypriote des pantalons en coton pour hommes et garçonnets a augmenté de 8% par an au cours de la période 1998-2002. La

Grèce et la Chine qui sont les 2 principaux fournisseurs chypriotes se sont montrés très dynamique sur la période et ont fortement augmenté leur part de marché. L'écart important entre leur valeur unitaire peut suggérer des segments qualité-prix différents pour les 2 pays.

Notes explicatives pour le Tableau 9

Exportateurs: Pays partenaires classés par valeur exportée.

Valeur importée en 2002 en milliers US$: Telle que rapportée par le pays sélectionné ou rapportée par le pays partenaire (quand le pays sélectionné ne rapporte pas ses données commerciales).

Répartition des importations du pays partenaire, %: Part des pays partenaires dans les importations du pays ciblé.

Quantité importée en 2002: En ce qui concerne la quantité miroir, il peut exister différentes unités de quantité selon les pays rapporteurs.

Unité de quantité: Unité de présentation des quantités rapportées.

Valeur unitaire (US$/unité): Prix en dollars US par unité.

Croissance annuelle des valeurs importées entre 1998 et 2002, %: Cette croissance est calculée en utilisant la méthode des moindres carrés. Aucune croissance n'est calculée si les données d'un pays ne sont disponibles que pour une période inférieure à 4 ans.

Croissance annuelle des quantités importées entre 1998 et 2002, %: Cette croissance est calculée selon la même méthode employée dans le calcul de la croissance annuelle en valeur.

Taux de croissance des valeurs importées entre 2001 et 2002, %: Ce taux constitue un bon complément de la croissance à cinq ans, indiquant si les taux de croissance ont été stables ou volatiles au cours des 5 années et montrant la performance du pays au cours des deux dernières années.

Rang du pays partenaire dans les marchés exportateurs: Ceci indique le rang mondial du pays partenaire en tant qu'exportateur. Grâce à cet indicateur, il est possible de savoir si le pays sélectionné commerce avec les principaux marchés mondiaux pour le produit sélectionné et comment ces marchés se classent vis à vis du pays analysé.

Part du pays partenaire dans les exportations mondiales, %: Ceci indique la part mondiale représentée par le pays partenaire comme exportateur du produit sélectionné.

Taux de croissance des exportations globales du pays partenaire entre 1998-2002, %, par an: La croissance des exportations du pays partenaire vers le pays cible au cours de la période, à ne pas confondre avec une augmentation de part de marché.

Afin de voir quels sont les autres produits importés par Chypre dont la demande a augmenté, l'exportateur peut cliquer sur *Produits similaires (SH 6) importés par Chypre* (voir le Tableau 10). En se basant sur le Tableau 10, l'exportateur marocain constatera une forte croissance de la demande chypriote pour les *Ensembles de coton, pour hommes ou garçonnets*. Si l'exportateur souhaite cibler le marché chypriote et qu'il a la possibilité de diversifier sa production dans les *Ensembles de coton, pour hommes ou garçonnets*, il pourra espérer des économies d'échelle dans la mise en place d'une structure d'exportation en commercialisant deux produits plutôt qu'un seul.

Tableau 10
Liste des produits importés par Chypre en 2002

SH rév. 1	Produit	valeur 2002 en millier US$	Quantité 2002	Unité de quantité	Croissance annuelle des valeurs importées entre 1998-2002, %	Croissance annuelle des quantités importées entre 1998-2002, %	Croissance des valeurs importées entre 2001-2002, %	Part dans les importations mondiales, %	Rang dans les pays importateurs	Croissance annuelle des exportations mondiales entre 1998-2002, %
620319	Costumes ou complets d'autres matieres textiles, pour hommes	1,719	86,539	Unités	20	26	-7	0	26	10
620322	Ensembles de coton, pour hommes ou garconnets	240	30,523	Unités	30	27	3	0	52	-2
620329	Ensembles d'autres matieres textiles, pour hommes ou garconnets	60	8,984	Unités	-23	-27	94	0	86	9
620332	Vestons de coton, pour hommes ou garconnets	779	57,663	Unités	0	23	2	0	40	1
620339	Vestons d'autres matieres textiles, pour hommes ou garconnets	1,157	67,615	Unités	9	13	26	0	27	-3
620342	Pantalons...de coton, pour hommes ou garconnets	8,755	910,303	Unités	8	3	-2	0	54	0

Source: Calculs du CCI basés sur les statistiques de COMTRADE

Produits similaires (SH6) exportés par Chypre | Produits similaires (SH4) importés par Chypre | Principaux produits (SH6) importés par Chypre | Menu de sélection | Graphique bulle | Aide

Notes explicatives pour le Tableau 10

SH révision 1: Code produit pour le produit importé en 2002.

Produit: Description abrégée du produit correspondant à une position à 6 chiffres de la nomenclature du Système Harmonisé SH.

Valeur 2002 en millier US$: Ces données sont celles rapportées par les pays dans la base de données de COMTRADE ou celles calculées à partir des statistiques miroirs.

Quantité 2002: En ce qui concerne la quantité miroir, si les pays rapporteurs ont utilisé unités de quantité différentes, aucune quantité n'apparaît.

Unité de quantité: Unité de présentation des quantités rapportées.

Croissance annuelle des valeurs importées entre 1998 et 2002, %: Cette croissance est calculée en utilisant la méthode des moindres carrés. Si un pays n'a pas rapporté de données commerciales en 2002, le calcul de la croissance est basé sur les données miroirs. Aucune croissance n'est calculée si les données d'un pays ne sont disponibles que pour une période inférieure à 4 ans.

Croissance annuelle des quantités importées entre 1998 et 2002, %: Cette croissance est calculée selon la même méthode que celle employée dans le calcul de la croissance annuelle des valeurs.

Croissance des valeurs importées entre 2001 et 2002, %: Ce taux constitue un bon complément de la croissance à cinq ans, indiquant si les taux de croissance ont été stables ou volatiles au cours des 5 années et montrant la performance du pays au cours des deux dernières années.

Part dans les importations mondiales, %: Cet indicateur tient compte de tous les pays, qu'ils aient ou non rapporté leurs données.

Rang dans les pays importateurs: Ceci indique le rang mondial du pays sélectionné dans l'importation du produit étudié.

Croissance annuelle des exportations mondiales entre 1998 et 2002, %: Cette croissance est calculée par la méthode des moindres carrés pour le produit étudié.

III. Approche Pays

La deuxième approche ou "approche pays" permet des analyses en utilisant TradeMap dans une perspective de performance nationale. Considéré sous cet angle, un utilisateur peut évaluer la performance commerciale nationale d'un pays et apprécier également le potentiel de commerce bilatéral avec un partenaire.

Quelle est la performance commerciale actuelle de mon pays ?

A. Évaluer la performance commerciale nationale – la Roumanie

Le gouvernement de Roumanie souhaite étudier comment les exportations de son pays se comportent sur le marché mondial afin de mieux établir les efforts prioritaires pour attirer l'investissement étranger ou domestique ou promouvoir le commerce. En choisissant la Roumanie comme pays dans TradeMap et en indiquant "Exportation" (ci-dessus), on obtient une liste des exportations de la Roumanie au niveau 2 chiffres, qui peuvent alors être classées par valeur pour aboutir au Tableau 11. Le niveau 2 chiffres fournit une vue d'ensemble des exportations sectorielles de la Roumanie.

Tableau 11
Liste des groupes de produits exportés par la Roumanie en 2002, SH 2

rév. 1	Produit	Valeur 2002 en millier US$	Croissance annuelle des valeurs entre 1998-2002, %	Croissance annuelle des valeurs entre 2001-2002, %	Croissance annuelle des exportations mondiales entre 1998-2002, %	Rang dans les exportations du pays	Part dans les exportations mondiales, %	Rang dans les pays exportateurs
	Tous produits confondus	13,875,709	14	22	4		0.0	54
62	Vetements et accessoires du vetement,autres qu'en bonneterie	2,402,692	12	16	1	1	2.3	11
85	Machines,appareils et materiels electriques,leurs parties,etc	1,431,476	44	44	6	2	0.2	40
64	Chaussures, guetres etc., parties de ces objets	1,157,931	18	19	1	3	2.4	8
27	Combustibles mineraux,huiles minerales,produits de leur distillation	1,101,060	30	56	16	4	0.2	60
72	Fonte, fer et acier	970,752	3	33	1	5	0.8	30
61	Vetements et accessoires du vetement, en bonneterie	796,909	19	19	3	6	0.9	28
84	Reacteurs nucleaires,chaudieres,machines,appareils et engins	743,599	14	9	2	7	0.1	47
94	Meubles;mobilier medico-chirurgical;articles de literie,etc.	654,529	8	23	4	8	0.8	24
44	Bois, charbon de bois et ouvrages en bois	619,585	11	18	2	9	0.9	25

Source: Calculs du CCI basés sur les statistiques de COMTRADE

Suite | Liste des groupes de produits (SH2) triés par code SH | Liste des groupes de produits (SH2) importés | Les principaux produits (SH6) exportés | Les principaux produits (SH4) exportés | Menu de sélection | Aide

À partir de ce tableau, les analystes roumains peuvent constater que, globalement, la Roumanie se classe au 54ème rang des pays exportateurs mondiaux, avec une croissance des exportations de 14% par an au cours de la période 1998-2002 et 22% par an au cours de la période 2001-2002. Dans le même temps, la croissance du commerce mondial est seulement de 4% par an mettant en relief une augmentation globale de la compétitivité des exportateurs de Roumanie.

L'examen des exportations au niveau 2 chiffres de la nomenclature SH met en relief les secteurs qui pourraient être intéressants en vue d'attirer l'investissement étranger ou domestique. Certains secteurs tels que *Machines, appareils et matériels électriques* ou *Vêtements et accessoires du vêtement, en bonneterie* connaissent une croissance élevée (44% et 19% par an respectivement), alors que les exportations mondiales pour ces produits se développent seulement à 6% et à 3% par an respectivement. Ceux-ci peuvent constituer des secteurs attrayants pour l'investissement.

Notes explicatives pour le Tableau 11

SH révision 1: Code produit pour le produit exporté en 2002.

Produit: Description abrégée du produit correspondant à une position à 2 chiffres de la nomenclature SH (Système Harmonisé).

Valeur 2002 en millier US$: Ces données sont celles qui ont été rapportées par les pays dans la base de données de COMTRADE ou celles qui ont été calculées à partir des statistiques miroirs.

Croissance annuelle des valeurs exportées entre 1998 et 2002, %: Cette croissance est calculée en utilisant la méthode des moindres carrés. Si un pays n'a pas rapporté de données commerciales en 2002, le calcul de la croissance est basé sur les données miroirs. Aucune croissance n'est calculée si les données d'un pays ne sont disponibles que pour une période inférieure à 4 ans.

Croissance annuelle des valeurs exportées entre 2001 et 2002, %: Ce taux constitue un bon complément de la croissance à cinq ans, indiquant si les taux de croissance ont été stables ou volatiles au cours des 5 années et montrant la performance du pays au cours des deux dernières années.

Croissance annuelle des exportations mondiales entre 1998 et 2002, %: Cette croissance est calculée en utilisant la méthode des moindres carrés. Si un pays n'a pas rapporté de données commerciales en 2002, le calcul de la croissance est basé sur les statistiques miroirs. Aucune croissance n'est calculée si les données d'un pays ne sont disponibles que pour une période inférieure à 4 ans.

Rang dans les exportations du pays: et indicateur est intéressant quand le tableau est classé par code de produit. Cela permet d'avoir une idée de l'importance du groupe de produits dans les exportations ou les importations du pays.

Part dans les exportations mondiales, %: Cet indicateur tient compte de tous les pays, qu'ils aient ou non rapporté leurs données.

Rang dans les pays exportateurs: Ceci indique le rang mondial du pays sélectionné dans l'exportation du produit étudié.

Le niveau à 4 chiffres pourrait également être utilisé pour une analyse plus détaillée de ces secteurs afin de mieux cibler l'investissement. En cliquant sur 85 dans le Tableau 11, les analystes roumains peuvent voir dans le Tableau 12 les aspects les plus intéressants du secteur.

SH 8544 *Fils, câbles (y.c. câbles coaxiaux), autres conducteurs* est un secteur montrant une croissance annuelle des exportations roumaines de 39%, au cours de la période 1998-2002. C'est un secteur important pour la Roumanie puisqu'il représente plus de 3% des exportations globales et il a montré une croissance substantielle au cours des 5 et 2 dernières années avec des taux de croissance annuelle de 39% et 80%, alors que les importations mondiales pour le secteur ont crû de 3% par an de 1998 à 2002.

Tableau 12
Liste des produits exportés par la Roumanie en 2002, SH 4

SH rév. 1	Produit	valeur 2002 en millier US$	Quantité 2002	Unité de quantité	Croissance annuelle des valeurs exportées entre 1998-2002, %	Croissance annuelle des quantités exportées entre 1998-2002, %	Croissance des valeurs exportées entre 2001-2002, %	Part dans les exportations mondiales, %	Rang dans les pays exportateurs	Croissance annuelle des importations mondiales entre 1998-2002, %
8542	Circuits integres et micro-assemblages electroniques	24,286	0	Pas de quantités	125		-26	0	45	7
8543	Machines et appareils electriq.ayant une fonction propre, etc.	1,185	0	Pas de quantités	60		-20	0	64	6
8544	Fils, cables(y.c.cables coaxiaux), autres conducteurs, etc	497,784	0	Pas de quantités	39		80	1	22	3
8545	Electrodes en charbon, balais en charbon, etc.	2,899	0	Pas de quantités	-10		-39	0	36	-3
8546	Isolateurs en toutes matieres pour l'electricite	19,907	0	Pas de quantités	83		2031	1	14	-1

Source: Calculs du CCI basés sur les statistiques de COMTRADE

Début Précédent Produits similaires (SH4) importés par la Roumanie Les principaux produits (SH6) exportés par la Roumanie Les principaux produits (SH4) exportés par la Roumanie Menu de sélection Graphique bulle Aide

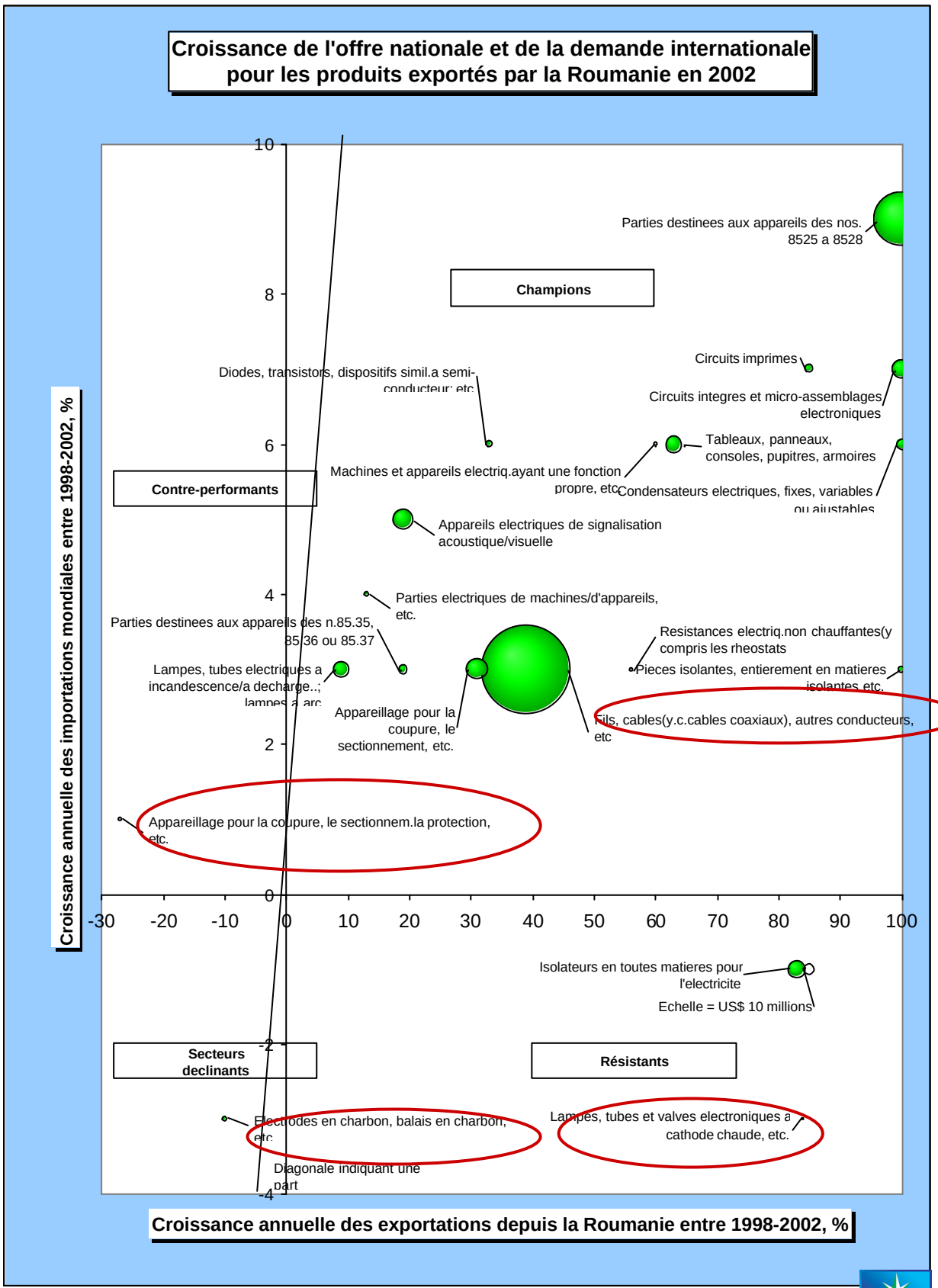
À partir du Tableau 12, il est possible de générer le Diagramme 2. Ce diagramme présente la performance des produits exportés par la Roumanie dans le secteur SH 85 *Machines, appareils et matériels électriques*. Il montre la valeur d'exportation de chaque produit (taille des bulles), et compare la croissance des exportations roumaines (axe horizontal) à la croissance de la demande internationale (axe vertical). De plus, la ligne diagonale (Diagonale indiquant une part de marché mondiale constante) divise le diagramme en deux parties. Les exportations de produits de la Roumanie à droite de cette ligne se sont développées plus rapidement que les importations mondiales, augmentant par le fait même leur part sur le marché mondial. Réciproquement, les produits à gauche de la ligne diagonale ont connu une érosion de leur part de marché mondiale.

Les lignes de référence diagonale et horizontale sont particulièrement intéressantes en termes de développement commercial, car elles divisent le diagramme en quatre quadrants aux caractéristiques différentes:

Les champions - gagnants sur des marchés en croissance (en haut à droite, premier quadrant): Il s'agit de produits à l'exportation pour lesquels la Roumanie a enregistré de très bons résultats, comme *Fils, câbles (y compris câbles coaxiaux), autres conducteurs, etc.* Ce secteur couvre des produits particulièrement dynamiques à progression plus rapide que le marché mondial en général, et pour lesquels la Roumanie a fait mieux que la croissance du marché mondial et a accru sa part dans les importations mondiales. Les exportateurs de ces produits ont fait la preuve de leur compétitivité internationale au cours des années 2000. Les efforts de promotion commerciale pour ces produits comportent moins de risques, car ils font partie des réussites nationales et peuvent servir de points de référence pour d'autres industries. Les efforts de promotion devraient porter sur l'accroissement de l'offre.

Diagramme 2

Croissance de l'offre nationale et de la demande internationale pour les produits exportés par la Roumanie en 2002, SH 4



Note: La taille des cercles correspond à la valeur du produit exporté par la Roumanie
Source: Calculs du CCI basés sur les statistiques de COMTRADE.

Les contre-performants - perdants sur des marchés en expansion: Ces produits représentent des défis particuliers en termes d'efforts de promotion commerciale pour la Roumanie. Alors que la demande internationale a fortement progressé, la Roumanie a régressé. Ses exportations de *L'Appareillage pour la coupure* par exemple ont baissé ou ont progressé de manière moins rapide que le commerce mondial. Ceci a comme conséquence pour la Roumanie une perte de part du marché international. De manière générale, le problème ne se trouve pas du côté de la demande internationale, mais plutôt du côté de l'offre. Pour ces produits, il est essentiel d'identifier et de supprimer les obstacles spécifiques qui empêchent l'expansion dynamique des exportations.

Secteurs déclinants: Les perspectives d'exportation pour ces produits sont très limitées, comme les *Électrodes en charbon* dans le cas de la Roumanie. Les importations mondiales du produit concerné ont augmenté à un rythme inférieur à la moyenne ou ont diminué réellement, et la part de marché de la Roumanie s'est effondrée. Les efforts de promotion commerciale pour les produits de cette catégorie seront difficiles. Il sera nécessaire d'adopter une approche intégrée pour tenir compte des obstacles tant du côté de l'offre que du côté de la demande.

Les résistants - gagnants sur des marchés en déclin: Les produits dans ce quadrant, comme les *Lampes, tubes et valves électroniques* se caractérisent par une augmentation des parts de marchés des exportateurs de Roumanie dans un marché mondial en baisse. Du point de vue de la promotion des échanges, des stratégies marketing de "niches" sont nécessaires pour se distinguer du déclin global de ces marchés avec une performance commerciale positive.

Le graphique donne également une vue d'ensemble de la concentration des exportations. L'apparition d'un seul ou de quelques cercles de grande taille dans un seul secteur démontrerait que les exportations sont fortement concentrées. Ceci ne semble pas être la cas pour la Roumanie.

Dans l'échelle, apparaissant dans le coin inférieur droit du diagramme 2, le cercle sert de référence pour la taille des bulles. L'échelle peut varier de US$10 000 à US$100 millions selon le pays analysé.

Si le gouvernement roumain envisageait de mener une analyse plus poussée du secteur, le niveau à 6 chiffres est accessible depuis le Tableau 12 à partir de n'importe quel code à 4 chiffres en cliquant sur ce code.

En cliquant ensuite sur *Les principeaux produits (SH 6) exportés part la Roumanie* au bas du Tableau 12, on génère le Tableau 13 qui énumère les 500 premières exportations de la Roumanie définies au niveau à 6 chiffres de la nomenclature SH. Le Tableau 13 montre que la valeur et la quantité des *Chaussures en cuirs ne couvrant pas la cheville,* a pratiquement doublé tous les ans entre 1998 et 2002 alors que les importations mondiales de ces produits s'étaient accrues de 5% par an. Dans ce même Tableau 13, on constate que la Roumanie s'est montrée très dynamique dans les exportations de *Pantalons de cotons pour hommes et garçonnets,* qui ont augmenté de 28% p.a. au cours de la période 1998-2002, alors que les importations mondiales se développaient seulement de 1% p.a. Ces secteurs pourraient être des secteurs intéressants où concentrer des efforts de promotion commerciale, ou servir de référence comme « success story » pour d'autres secteurs.

Tableau 13
Les principaux produits exportés par la Roumanie en 2002, SH 6

SH rév. 1	Produit	Valeur 2002 en millier US$	Quantité 2002	Unité de Quantité	Croissance annuelle des valeurs exportées entre 1998-2002, %	Croissance annuelle des quantités exportées entre 1998-2002, %	Croissance des valeurs exportées entre 2001-2002, %	Part dans les exportations mondiales, %	Rang dans les pays exportateurs	Croissance annuelle des importations mondiales entre 1998-2002, %
TOTAL	Tous produits confondus	13,875,709	0	Pas de quantités	14		22	0	54	4
271000	Huiles de petrole/de mineraux bitumineux (huiles brutes exclues)	959,770	4,404,981	Tonnes	30	12	58	0	32	7
854430	Jeux de fils de bougies d'allumag.et autres jeux de fils pour vehicule	390,132	30,712	Tonnes	33	45	76	3	8	5
940360	Autres meubles en bois	374,605	231,412	Tonnes	5	5	19	2	13	6
640610	Dessus de chaussures et leurs parties, contreforts et bouts durs exclus	361,916	16,982	Tonnes	14	12	19	16	1	-3
640399	Autres chaussures en cuir ne couvrant pas la cheville	283,269	22,883	Tonnes	84	93	33	1	13	5
890190	Autres cargo et cargo mixtes	268,373	168,733	Tonnes	8	-14	93	1	6	-1
620342	Pantalons...de coton, pour hommes ou garconnets	204,660	11,796	Tonnes	28	34	29	1	15	1

Source: Calculs du CCI basés sur les statistiques de COMTRADE

Suite Les principaux produits (SH6) importés | Les principaux produits (SH4) exportés | Liste des groupes de produits (SH2) exportés | Menu de sélection | Graphique bulle | Aide

Notes explicatives pour le Tableau 12 et le Tableau 13

SH révision 1: Code produit pour le produit exporté en 2002.

Produit: Description abrégée du produit correspondant à une position à 6 chiffres de la nomenclature SH.

Valeur 2002 en millier US$: Ces données sont celles qui ont été rapportées par les pays dans la base de données de COMTRADE ou celles qui ont été calculées à partir des statistiques miroirs.

Unité de quantité: L'unité dans laquelle des quantités sont rapportées.

Croissance annuelle des valeurs exportées entre 1998 et 2002, %: Cette croissance est calculée en utilisant la méthode des moindres carrés. Si un pays n'a pas rapporté de données commerciales en 2002, le calcul de la croissance est basé sur les données miroirs. Aucune croissance n'est calculée si les données d'un pays ne sont disponibles que pour une période inférieure à 4 ans.

Croissance annuelle des quantités exportées entre 1998 et 2002, %: Cette tendance est calculée selon la même méthode utilisée dans le calcul de la croissance annuelle en valeur.

Croissance annuelle des valeurs exportées entre 2001 et 2002, %: Ce taux constitue un bon complément de la croissance à cinq ans, indiquant si les taux de croissance ont été stables ou volatiles au cours des 5 années et montrant la performance du pays au cours des deux dernières années.

Part dans les exportations mondiales, %: Cet indicateur tient compte de tous les pays, qu'ils aient ou non rapporté leurs données.

Rang dans les pays exportateurs: Rang mondial du pays sélectionné dans l'exportation du produit étudié.

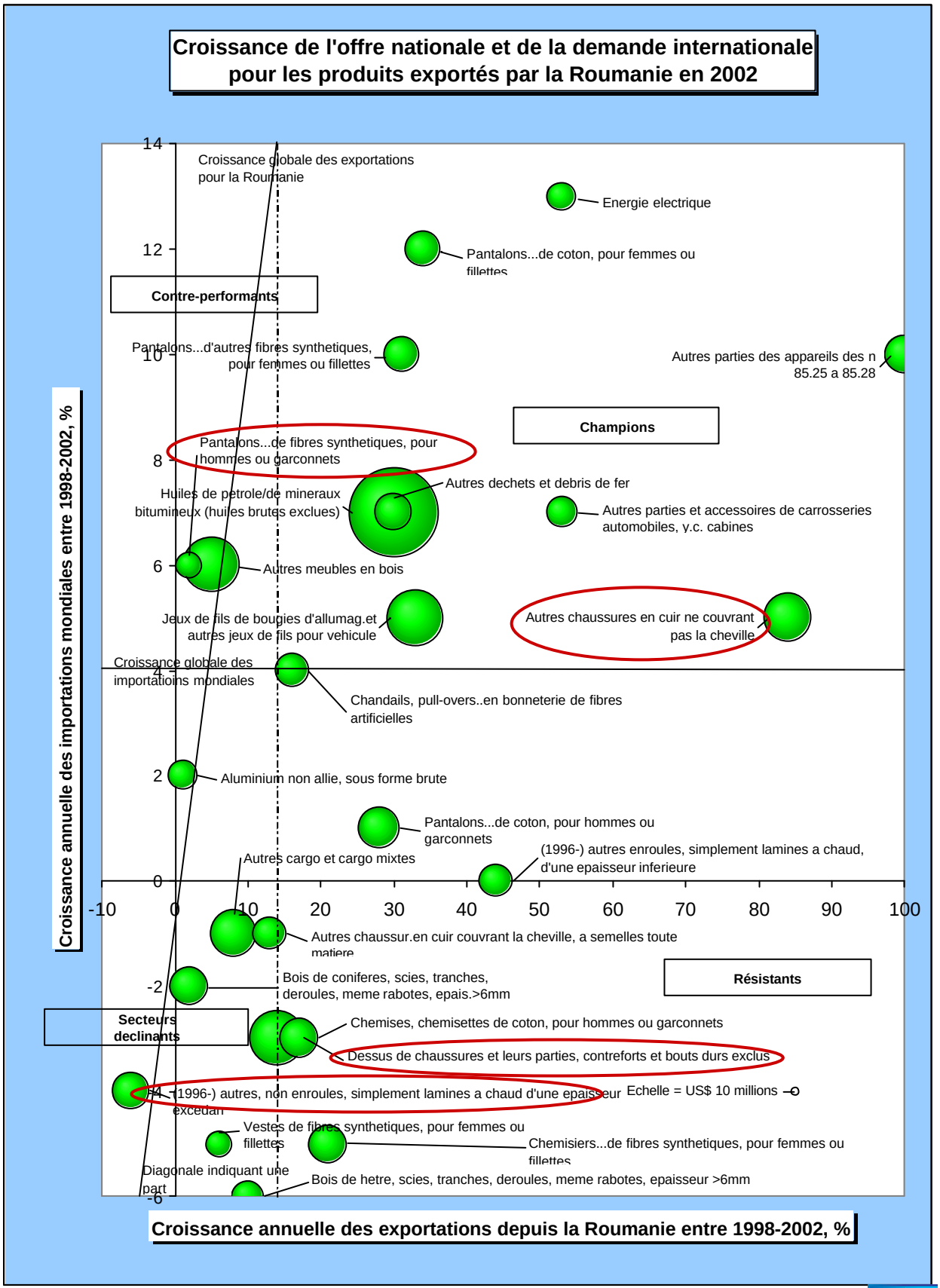
Croissance annuelle des importations mondiales entre 1998 et 2002, %: Cette croissance est calculée en utilisant la méthode des moindres carrés pour le produit étudié.

À partir du Tableau 13, on peut générer le Diagramme 3, qui ressemble au Diagramme 2 mais présente quelques différences significatives. Le Diagramme 3 présente la performance des principaux produits d'exportation de la Roumanie, indiquant la croissance nominale moyenne des exportations de la Roumanie tous produits confondus pour la période 1998 à 2002 (ligne de référence verticale pointillée) et la croissance nominale moyenne du marché mondial tous produits confondus pour la même période (ligne de référence horizontale), qui était de 4% par an. Dans le Diagramme 3, la ligne diagonale et la ligne horizontale divisent le diagramme en quatre quadrants.

Il convient de noter que le critère utilisé pour distinguer les produits en croissance des produits en déclin est le taux de croissance nominal moyen du marché mondial tous produits confondus de 1998 à 2002, qui était de 4% annuellement. Les produits, dont les importations mondiales se sont développées à un taux inférieur, par exemple à 3% annuellement, sont classés comme produits en déclin, car leur part dans le commerce mondial diminue.

Diagramme 3

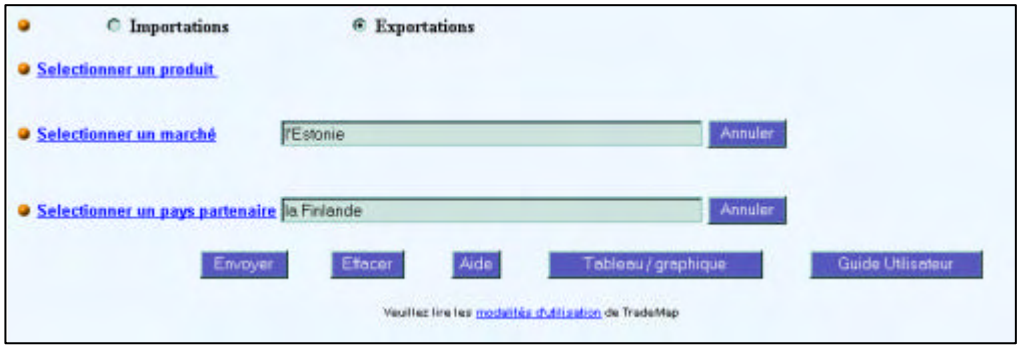
Croissance de l'offre nationale et de la demande internationale pour les produits exportés par la Roumanie en 2002, SH 6



Note: La taille des cercles correspond à la valeur du produit exporté par la Roumanie
Source: Calculs du CCI basés sur les statistiques de COMTRADE.

Pour quels produits y a-t-il un potentiel d'augmentation du commerce bilatéral ?

B. Potentiel d'augmentation du commerce bilatéral – entre l'Estonie et la Finlande



L'analyse du commerce bilatéral est utilisée pour identifier des produits ayant un potentiel de développement commercial entre deux pays sélectionnés. Le tableau sur le commerce bilatéral à 2 chiffres permet une vue d'ensemble du commerce entre les deux pays sélectionnés et il sert de passerelle vers le commerce bilatéral à 4 et 6 chiffres. Tous les produits exportés (importés) en 2002 par le marché cible et importés (exportés) par le pays partenaire ont été retenus dans le tableau, même s'il n'existe pas de commerce entre les 2 pays.

Une institution d'appui au commerce en Estonie peut souhaiter explorer le potentiel commercial entre l'Estonie et la Finlande. En choisissant l'*Estonie* comme pays, la *Finlande* comme pays partenaire et *Exportations* dans le menu (ci-dessus), on obtient un premier tableau trié par code produit. En cliquant sur *Commerce bilatéral (SH 6) trié sur le potentiel de commerce* au bas de ce tableau, on obtient l'information fournie dans le Tableau 14.

Tableau 14
Commerce existant et potentiel entre l'Estonie et la Finlande en 2002, SH 2
Les exportations pour l'Estonie ont été rapportées par l'Estonie
Les importations pour la Finlande ont été rapportées par la Finlande

Code produit	Libellé produit	l'Estonie exporte vers la Finlande		La Finlande importe depuis le monde			l'Estonie exporte vers le monde			Commerce potentiel en millier US$
		Valeur 2002 en millier US$	Taux de croissance annuelle entre 1998-2002, %	Valeur 2002 en millier US$	Taux de croissance annuelle entre 1998-2002, %	Part de marché dans les importations mondiales, %	Valeur 2002 en millier US$	Taux de croissance annuelle entre 1998-2002, %	Part de marché dans les exportations mondiales, %	
	Tous produits confondus	882,943	15	33,440,032	1	0.0	4,336,351	9	0.0	3,453,408
44	Bois, charbon de bois et ouvrages en bois	93,982	6	741,690	5	1.1	523,090	5	0.8	429,108
85	Machines,appareils et materiels electriques,leurs parties,etc	338,141	26	5,781,256	4	0.7	766,531	16	0.1	428,390
94	Meubles;mobilier medico-chirurgical;articles de literie, etc.	65,586	18	458,858	5	0.5	303,635	19	0.4	238,049
48	Papiers et cartons;ouvrages en pate de cellulose, en papier/en carton	4,037	-2	486,754	2	0.5	126,018	17	0.1	121,981

Source: Calculs du CCI basés sur les statistiques de COMTRADE

Suite | Liste des groupes de produits (SH2) exportés par l'Estonie | Liste des groupes de produits (SH2) importés par la Finlande | Côté importations | Commerce bilatéral (SH4) trié sur le potentiel de commerce | Commerce bilatéral (SH6) trié sur le potentiel de commerce | Menu de sélection | Aide

À partir du Tableau 14, l'institution d'appui au commerce peut analyser le commerce réel entre l'Estonie et la Finlande, ce que la Finlande importe globalement, ce que l'Estonie exporte globalement, tous produits confondus ou par groupe de produits. Dans l'ensemble, les échanges commerciaux entre l'Estonie et la Finlande se sont élevés à US$883 millions en 2002 avec une croissance de 15% p.a. au cours de la période 1998-2002. Les importations globales de la Finlande ont atteint de US$33 milliards avec un taux de croissance annuel de 1% p.a., dans le même temps, les exportations globales de l'Estonie ont augmenté de 9% par an pour atteindre US$4 milliards en 2002.

Parmi les secteurs ayant un fort potentiel indicatif de développement commercial, les *Papiers et cartons* SH 48 représentent un secteur intéressant. Nous constatons que la Finlande représente seulement 3% des exportations estoniennes que les échanges entre les 2 pays ont diminué de 2% par an entre 1998 et 2002 alors que dans le même temps le marché des papiers et cartons finlandais a augmenté de 2% par an et les exportations estoniennes vers le monde ont augmenté de 17% par an. Une analyse plus affinée aux niveaux 4 et 6 chiffres permettrait de faire la part entre les produits du secteur en déclins et les produits en développements.

Notes explicatives pour le Tableau 14

Code produit: Code produit pour le produit commercé entre les deux pays à l'étude.

Libellé produit: Description abrégée d'un groupe de produits correspondant à une position à 2 chiffres de la nomenclature SH.

Les exportations du pays choisi vers le pays partenaire :

Valeur 2002, en milliers US$: Échanges entre les deux pays choisis, comme rapporté par le pays choisi (l'Estonie) à la base de données de COMTRADE ou comme rapporté par le pays partenaire à la base de données de COMTRADE si le pays choisi n'a pas rapporté de données commerciales.

Taux de croissance annuelle entre 1998-2002, % (en valeur) : Tendance du commerce bilatéral en pourcentage. Cette croissance est calculée en utilisant la méthode des moindres carrés. Si un pays n'a pas rapporté de données commerciales en 2002, le calcul de la croissance est basé sur les statistiques miroirs. Aucune croissance n'est calculée si les données d'un pays ne sont disponibles que pour une période inférieure à 4 ans.

Les importations du pays partenaire depuis le monde :

Valeur 2002, en milliers US$: Valeur des importations depuis le monde du pays partenaire pour le groupe de produits étudié, comme rapporté dans la base de données COMTRADE (par le pays partenaire en ce cas la Finlande) ou comme calculé avec les statistiques miroir.

Taux de croissance annuelle entre 1998-2002 , % (des importations mondiales par le pays partenaire) : Croissance des importations mondiales pour le pays partenaire choisi. La tendance est calculée en utilisant la méthode des moindres carrés. Si le pays partenaire choisi n'a pas rapportéles données commerciales en 2002, le calcul de tendance est basé sur des statistiques miroir. Aucune croissance n'est calculée si les données d'un pays ne sont disponibles que pour une période inférieure à 4 ans.

Part de marché dans les importations mondiales, %: Part que représente le pays partenaire dans les importations mondiales pour le groupe de produit choisis. Cet indicateur tient compte de tous les pays, qu'ils aient rapporté ou non.

Les exportations du pays choisi vers le monde :

Valeur 2002, en millier US$: Exportations globales vers le monde du pays pour le groupe de produits à l'étude, tel que rapporté dans la base de données de COMTRADE ou comme calculé avec les statistiques miroirs.

Taux de croissance annuelle entre 1998-2002, %: Croissance des exportations mondiales pour le pays choisi. Cette croissance est calculée en utilisant la méthode des moindres carrés. Si un pays n'a pas rapporté de données commerciales en 2002, le calcul de la croissance est basé sur les statistiques miroirs. Aucune croissance n'est calculée si les données d'un pays ne sont disponibles que pour une période inférieure à 4 ans.

Part de marché dans des exportations mondiales, %: La part que représente le pays dans les exportations mondiales le groupe de produits à l'étude. Cet indicateur tient compte de tous les pays, s'ils ont rapporté.

Commerce potentiel en millier US$: Commerce potentiel calculé entre les deux pays sélectionnés en 2002. Le commerce potentiel est défini comme la valeur la plus faible entre les exportations du marché cible vers le monde et les importations du pays partenaire depuis le monde, ensuite le commerce actuel entre les deux pays sélectionnés est retiré de cette valeur minimum.

Potentiel commercial = Minimum (capacité d'exportation, absorption du marché) moins le commerce actuel.

En d'autres termes, un potentiel élevé signifie que les importations du pays partenaire sont significatives, que les exportations du pays étudié sont également significatives, et que la part du pays partenaire dans les exportations du pays étudié sont relativement faibles.

Pour connaître le potentiel éventuel de certains produits spécifiques, il sera utile d'explorer les codes produits à 6 chiffres. En cliquant sur *Commerce bilatéral (SH 6) trié sur le potentiel de commerce* dans le Tableau 14, on obtiendra le Tableau 15.

Tableau 15
Commerce existant et potentiel entre l'Estonie et la Finlande en 2002, SH 6
Les exportations pour l'Estonie ont été rapportées par l'Estonie
Les importations pour la Finlande ont été rapportées par la Finlande

Code produit	Libellé produit	l'Estonie exporte vers la Finlande			la Finlande importe depuis le monde				l'Estonie exporte vers le monde				Commerce potentiel en millier US$
		Valeur 2002 en millier US$	Taux de croissance annuelle entre 1998-2002, %	Part que représente la Finlande dans les exportations du pays, %	Valeur 2002 en millier US$	Taux de croissance annuelle entre 1998-2002, %	Quantité 2002	Unité de quantité	Valeur 2002 en millier US$	Taux de croissance annuelle entre 1998-2002, %	Quantité 2002	Unité de quantité	
852520	Appareils d'emission incorporant un appareil de reception	90,573	236	37	388,124	23	1,090	Tonnes	247,926	24	645	Tonnes	157,353
940360	Autres meubles en bois	11,054	8	19	55,680	8	23,487	Tonnes	59,095	5	33,557	Tonnes	44,626
730890	Autres constructions et parties de constructions en fonte, fer ou acier	13,639	47	17	55,492	11	28,841	Tonnes	81,951	9	56,900	Tonnes	41,853
940600	Constructions prefabriquees	3,211	72	6	29,189	65	14,081	Tonnes	49,696	16	60,909	Tonnes	25,978
440399	Autres bois bruts, meme ecorces, desaubieres ou equarris	19,078	-7	44	225,096	-4	6,260,693	Tonnes	43,804	-7	1,383,198	Tonnes	24,726
720449	Autres dechets et debris de fer	3,139	36	13	27,139	10	281,091	Tonnes	24,023	-14	260,019	Tonnes	20,884

Source: Calculs du CCI basés sur les statistiques de COMTRADE

Produits similaires (SH6) exportés par l'Estonie Produits similaires (SH6) importés par la France Côté importations Menu de sélection Graphique bulle Aide

Selon le Tableau 15, il existe un potentiel d'échanges commerciaux entre l'Estonie et la Finlande dans les *Constructions préfabriquées* dont les échanges actuels s'élèvent à US$3 millions - ce qui représentent 6% des exportations estoniennes. La demande finlandaise de constructions préfabriquées est importante (US$29 millions) et en forte croissance (65% p.a.). La capacité d'offre de l'Estonie est également forte (US$50 millions) et dynamique avec une croissance de 16% p.a. Nous constatons également que les exportateurs estoniens sont très actifs sur le marché finlandais puisque le commerce entre les deux pays a augmenté de 72% par an entre 1998 et 2002.

> Potentiel commercial = Minimum (capacité d'exportation, demande d'importation) moins les échanges commerciaux actuels

Le potentiel commercial est défini comme le minimum de la valeur des exportations globales d'un marché sélectionné ou de la valeur des importations globales d'un pays partenaire (dans ce cas-ci, le minimum des deux valeurs est de US$29 millions qui correspondent aux importations de la Finlande), moins les échanges actuels entre les deux pays (en l'occurrence US$3 millions). Le potentiel commercial est seulement indicatif et sert de point de départ à une recherche plus poussée. Dans le cas où un commerce potentiel significatif est identifié, de nouveaux facteurs quantitatifs et qualitatifs doivent être investigués. Certains de ces facteurs concernent la concurrence, les préférences des consommateurs, les coûts de transport, les barrières commerciales (tarifaires et non tarifaires), les facteurs saisonniers et les récents évènements économiques (e.g. l'impact d'une crise financière ou des évènements politiques).

En cliquant sur *29,189* dans la colonne "Valeur 2002 en millier US$", on trouve le détail des pays fournisseurs de *Constructions préfabriquées* en Finlande. De même, en cliquant sur le code produit (la colonne 1), on a accès aux pays acheteurs de *Constructions préfabriquées* en provenance d'Estonie.

Notes explicatives pour le Tableau 15

Code produit: Code produit pour le produit commercé entre les deux pays à l'étude.

Libellé produit: Description abrégée d'un groupe de produits correspondant à une position à 6 chiffres de la nomenclature SH.

Exportations du pays choisi vers le pays partenaire :

Valeur 2002 en millier US$: Échanges commerciaux entre les deux pays choisis, comme rapporté par le pays choisi dans la base de données COMTRADE ou comme rapporté par le pays partenaire dans la base de données COMTRADE si le pays choisi n'a pas rapporté de données commerciales.

Taux de croissance annuelle entre 1998-2002, % (en valeur): Tendance du commerce bilatéral en pourcentage. Cette croissance est calculée en utilisant la méthode des moindres carrés. Si un pays n'a pas rapporté de données commerciales en 2002, le calcul de la croissance est basé sur les statistiques miroirs. Aucune croissance n'est calculée si les données d'un pays ne sont disponibles que pour une période inférieure à 4 ans.

Part que représente la Finlande dans les exportations du pays, % Part que représente le pays/groupe partenaire dans les exportations du pays/groupe de référence.

Importations du pays partenaire depuis le monde :

Valeur 2002 en millier US$: Valeur des importations depuis le monde du pays partenaire pour le groupe de produits étudié, comme rapporté dans la base de données COMTRADE ou comme calculé avec les statistiques miroirs

Taux de croissance annuelle entre 1998-2002, % Croissance des importations mondiales pour le pays partenaire choisi. La tendance est calculée en utilisant la méthode des moindres carrés. Si le pays partenaire choisi n'a pas rapportéles données commerciales en 2002, le calcul de tendance est basé sur des statistiques miroir. Aucune croissance n'est calculée si les données d'un pays ne sont disponibles que pour une période inférieure à 4 ans.

Quantité 2002: Quantité importée en 2002 comme enregistrée dans la base COMTRADE ou comme calculée avec les statistiques miroirs. Concernant les quantités miroirs, si les pays rapporteurs utilisent différentes unités de quantité, aucune quantité ne sera affichée.

Unité de quantité: L'unité dans laquelle des quantités sont rapportées.

Exportations du pays choisi vers le monde :

Valeur 2002, en millier US$: Exportations mondiales du pays pour le groupe de produits à l'étude, tel que rapporté à la base de données de COMTRADE ou comme calculé avec des statistiques miroir.

Taux de croissance annuelle entre 1998-2002, %: Croissance des exportations mondiales pour le pays choisi. Cette croissance est calculée en utilisant la méthode des moindres carrés. Si un pays n'a pas rapporté de données commerciales en 2002, le calcul de la croissance est basé sur les statistiques miroirs. Aucune croissance n'est calculée si les données d'un pays ne sont disponibles que pour une période inférieure à 4 ans.

Quantité 2002: Quantité exportée en 2002 comme enregistrée dans la base COMTRADE ou comme calculée avec les statistiques miroirs. Concernant les quantités miroirs, si les pays rapporteurs utilisent différentes unités de quantité, aucune quantité ne sera affichée.

Unité de quantité: L'unité dans laquelle des quantités sont rapportées.

Commerce potentiel en millier US$: Commerce potentiel calculé entre les deux pays sélectionnés en 2002. Le commerce potentiel est défini comme la valeur minimum entre les exportations du marché cible vers le monde et les importations du pays partenaire depuis le monde, ensuite le commerce actuel entre les deux pays sélectionnés est retiré de cette valeur minimum.

Potentiel commercial = Minimum (capacité d'exportation, absorption du marché) – commerce actuel

En d'autres termes, un potentiel élevé signifie que les importations du pays partenaire sont significatives, que les exportations du pays étudié sont également significatives, et que la part du pays partenaire dans les exportations du pays étudié sont relativement faibles.

Quels sont les flux commerciaux entre mon pays et un groupe de pays spécifiques (groupe géographique ou économique) ?

C. TradeMap contient maintenant également des regroupements géographiques et économiques de pays

Dans le menu de TradeMap, en choisissant l'option "*Sélectionner un marché*" ou "*Sélectionner un pays partenaire*", vous avez le choix entre sélectionner les pays de façon individuelle ou sélectionner un groupe de pays. Pour chaque groupe, vous trouverez la liste des pays inclus et un indicateur signalant quels pays dans le groupe ont rapporté leurs données sur le commerce à COMTRADE. Lorsque quelques pays dans un groupe régional ne transmettent pas leurs données à COMTRADE, leurs flux commerciaux sont estimées en utilisant les statistiques miroirs (estimation des exportations basées sur les importations des pays partenaires et vice-versa).

Liste des groupes de pays disponibles dans TradeMap

Code région	Nom de la région	Code région	Nom de la région
G07	l'Afrique	G27	l'Organisation de coopération économique (ECO)
G32	la Loi sur la croissance de l'Afrique et son accès aux marchés (AGOA)	G25	l'Europe
G29	le Groupe des États d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique (ACP)	G26	l'Union européenne (UE)
G31	l'Amérique	G41	le G7
G19	la Communauté andine	G21	la Grande Chine
G20	l'Asie	G38	le Conseil de coopération du Golfe (CCG)
G39	l'Association de coopération économique Asie-Pacifique (APEC)	G15	l'Amérique latine et Caraïbes
G24	l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (ASEAN)	G16	l'Association latino-américaine d'intégration (ALADI)
G13	l'Accord de Bangkok	G05	les Pays les moins avancés (PMA)
G40	la Zone de coopération économique de la mer Noire (ZCEMN))	G10	le Maghreb
G37	la Communauté des Caraïbes (CARICOM)	G22	le Moyen-Orient
G17	le Marché commun centraméricain (MCCA)	G14	l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA)
G23	les Républiques d'Asie centrale	G28	l'Océanie
G03	l'Europe centrale et orientale	G04	l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE)
G12	le Marché commun de l'Afrique orientale et australe (COMESA)	G30	l'Organisation des pays exportateurs de pétrole (OPEP)
G34	le Marché commun sud-américain (MERCOSUR)	G06	l'Organisation de la Conférence islamique (OCI)
G33	la Communauté d'États indépendants (CEI)	G18	l'Association sud-asiatique de coopération régionale (ASACR)
G09	l'Union douanière et économique de l'Afrique centrale (UDEAC)	G11	l'Union douanière d'Afrique australe (SACU)
G01	les Marchés économiques développés	G35	la Communauté de développement de l'Afrique australe (SADC)
G02	les Marchés économiques en développement	G36	l'Union économique et monétaire ouest-africaine (UEMOA)
G08	la Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO)		

1 . Exportations des produits *Pantalons de coton* de l'Égypte vers l'Union européenne.

Le gouvernement égyptien souhaiterait analyser les produits offrant un potentiel indicatif de développement des échanges avec l'ensemble de l'Union européenne. En sélectionnant l'Égypte comme pays et ensuite l'Union européenne comme pays partenaire, puis en cliquant sur *Commerce bilatéral (SH 6) trié sur le potentiel du commerce* au bas du tableau intermédiaire, on obtient le Tableau 16.

Tableau 16
Commerce existant et potentiel entre l'Égypte et l'Union européenne (UE) en 2002
Les exportations pour l'Égypte ont été rapportées par les pays partenaires
Veuillez cliquer sur l'Union européenne (UE) pour connaître les pays rapporteurs dans la région

Code produit	Libellé produit	l'Égypte exporte vers l'Union européenne (UE)			l'Union européenne (UE) importe depuis le monde				l'Égypte exporte vers le monde				Commerce potentiel en millier US$
		Valeur 2002 en millier US$	Taux de croissance annuelle entre 1998-2002, %	Part que représente le l'Union européenne (UE) dans les exportations du pays, %	Valeur 2002 en millier US$	Taux de croissance annuelle entre 1998-2002, %	Quantité 2002	Unité de quantité	Valeur 2002 en millier US$	Taux de croissance annuelle entre 1998-2002, %	Quantité 2002	Unité de quantité	
520100	Coton, non carde ni peigne	50,181	-7	27	769,557	-13	0	Pas de quantités	186,893	1	92,313	Tonnes	136,712
270799	Autres huiles et produits de la distillation des goudrons de houille..	0		0	123,672	0	0	Pas de quantités	122,218		491,158	Tonnes	122,218
620462	Pantalons...de coton, pour femmes ou fillettes	1,825	-20	2	3,796,936	16	0	Pas de quantités	96,640	23	0	Pas de quantités	94,815
620342	Pantalons...de coton, pour hommes ou garconnets	14,870	-2	17	4,758,270	1	0	Pas de quantités	88,568	7	0	Pas de quantités	73,698
080510	Oranges fraiches ou seches	8,807	23	13	1,131,599	0	0	Pas de quantités	65,607	7	203,495	Tonnes	56,800

Source: Calculs du CCI basés sur les statistiques de COMTRADE

Suite | Côté importations | Commerce bilatéral (SH2) trié sur le potentiel de commerce | Commerce bilatéral (SH4) trié sur le potentiel de commerce | Menu de sélection | Graphique bulle | Aide

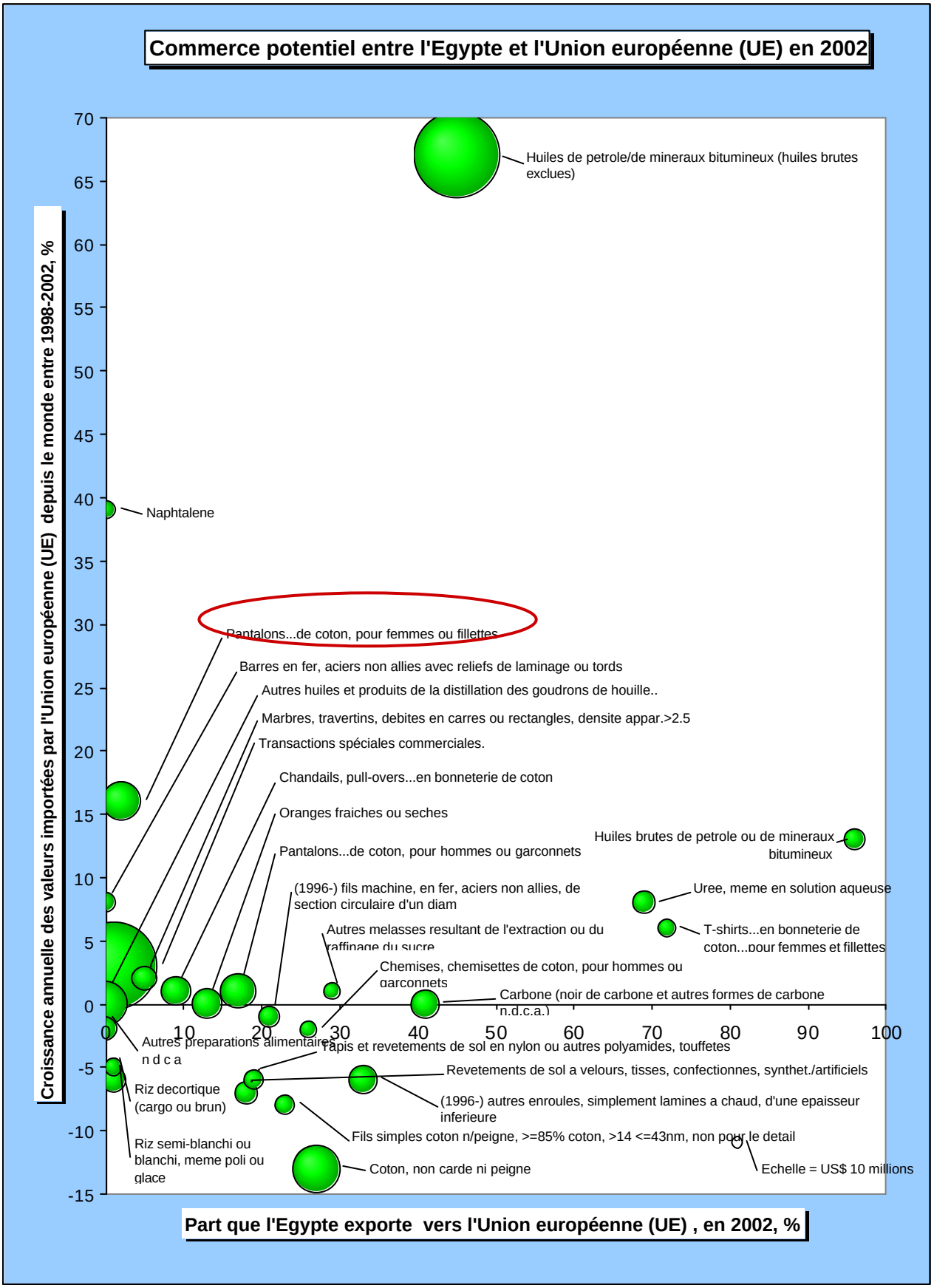
Nous constatons que pour le produit *620462 Pantalons de coton, pour femmes ou fillettes* le marché de l'Union européenne s'élève à près de US$4 milliards et que la taille du marché a augmenté de 16% par an entre 1998 et 2002. Dans le même temps, les exportations égyptiennes de *Pantalons de coton, pour femmes ou fillettes* ont augmenté de 23% par an pour atteindre US$96 millions en 2002. En revanche, l'Union européenne représente seulement 2% des exportations égyptiennes. Sur la base des informations fournies dans le Tableau 16, l'Union européenne pourrait constituer un marché intéressant pour développer les exportations égyptiennes de *Pantalons de coton, pour femmes ou fillettes.* Maintenant, nous pouvons affiner la recherche en cliquant sur la valeur des importations globales de l'Union européenne, pour

voir quels sont les différents pays fournissant ces produits à l'Union européenne ou en cliquant sur le code produit pour voir à quels pays l'Égypte fournit actuellement ces produits.

Lors de l'analyse du potentiel commercial entre un pays et un groupe de pays, l'interprétation des données devrait faire l'objet des mêmes précautions que dans le cas des pays pris séparément.

Le Diagramme 4 présente la même information que le Tableau 16. La croissance annuelle des importations globales de l'Union européenne apparaît sur l'axe vertical et la part de l'Union européenne dans les exportations de l'Égypte apparaît sur l'axe horizontal, la taille des bulles représentant la taille du potentiel commercial entre les deux. Il faut noter que, comme dans le Tableau 16, les produits *620462 Pantalons de coton, pour femmes ou fillettes* montrent une croissance significative de la demande de l'Union européenne et une part très faible de l'Union européenne dans les exportations de l'Égypte. Comme pour les autres graphiques, les bulles importantes dans la partie haute et à gauche représentent souvent les produits les plus intéressants du point de vue de la promotion commerciale.

Diagramme 4
Commerce potentiel entre l'Égypte et l'Union européenne (UE) en 2002



Note: La taille des cercles correspond à la valeur du commerce potentiel entre les 2 pays sélectionnés.
Source: Calculs du CCI basés sur les statistiques de COMTRADE.

IV. Résumé

Qu'ils proviennent du secteur public ou du secteur des affaires, les acteurs du commerce international doivent avoir la capacité d'analyser les échanges commerciaux dans une perspective "produit" comme dans une perspective "pays". TradeMap fournit ces informations dans un format facile à utiliser et aisément accessible. Les utilisateurs ont accès à un outil analytique basé sur COMTRADE, la plus grande base de données sur les flux commerciaux, développée par la Division de Statistique des Nations Unies (UNSD). TradeMap contient des indicateurs sur la performance nationale à l'exportation, la demande internationale, les marchés alternatifs, et le rôle des concurrents du point de vue "produit" et du point de vue "pays". Les utilisateurs peuvent rapidement et facilement réaliser l'une ou l'autre des activités suivantes:

- **Analyse des marchés d'exportation actuels** Examen de la performance et de la dynamique des marchés d'exportation d'un pays pour n'importe quel produit – Identification de la variété et de la taille des marchés d'exportation, du niveau de concentration des exportations – Mise en relief des pays où la part de marché a augmenté.
- **Aperçu des concurrents sur le marché global**. Les pays concurrents, exportant le même produit, sont classés en valeur, avec des indicateurs sur les quantités, la croissance et la part de marché, mettant en relief la position spécifique d'un pays dans les exportations globales, tout comme la position des pays environnants.
- **Pré-sélection de marchés prioritaires.** Aperçu des principaux pays d'importation à travers le monde, avec des indicateurs mettant en relief l'ampleur de la concentration des importations sur le marché international et dans quels pays la demande a augmenté le plus au cours d'une période donnée.
- **Collecte d'informations sur les barrières tarifaires et non tarifaires.** S'appuyant sur la base de données de TRAINS de la CNUCED, cette fonction fournit des informations au niveau de la ligne tarifaire sur les principaux instruments des mesures de contrôle des échanges commerciaux tels que les tarifs ad valorem et spécifiques, les tarifs de Nation la Plus Favorisée (NPF), les contingents tarifaires, les droits antidumping, les prohibitions et les normes, au niveau le plus détaillé.
- **Appréciation des concurrents sur des marchés d'exportation spécifiques** Aperçu des concurrents d'un pays sur n'importe quel marché cible, avec des informations sur la performance à l'exportation de ces concurrents, montrant le nombre de pays fournisseurs et leur performance sur le marché.
- **Identification de nouvelles sources d'approvisionnement**. Classement les uns par rapport aux autres des pays exportant un produit vers un pays spécifique, permettant des comparaisons directes des sources d'approvisionnement nationales actuelles et potentielles.
- **Revue des opportunités de diversification de produit sur un marché spécifique**. Identification des importations éventuelles de produits similaires par le pays étudié et des synergies possibles.
- **Appréciation de la performance commerciale nationale**. Évaluation globale de la performance commerciale nationale et identification des secteurs prioritaires pour l'investissement et la promotion commerciale au niveau sectoriel ou pour un produit en particulier.
- **Identification du commerce bilatéral actuel et potentiel avec un pays partenaire quelconque**. Identification des opportunités commerciales bilatérales par la comparaison du commerce bilatéral actuel, de la demande en termes d'importations globales des pays partenaires et de la capacité globale d'exportation du pays à l'origine de la recherche sur TradeMap.

TradeMap peut être adapté aux besoins spécifiques des institutions d'appui au commerce (TradeMap version nationale) par l'intermédiaire d'un site Internet à l'accès protégé par un mot de passe pour les abonnés, permettant des connexions multiples par des groupes d'utilisateurs différents. Pour de plus amples informations, veuillez contacter trademap-usaid@intracen.org

Annexe

Les statistiques du commerce international comme base pour la recherche d'un marché stratégique. Ce que les utilisateurs devraient prendre en compte

Les statistiques du commerce international fournissent une image différenciée des échanges commerciaux entre pays. Elles sont complètes en termes de produit (plus de 5300 produits classés selon le Système Harmonisé), de couverture géographique (plus de 100 pays rapporteurs de données couvrant 90% du commerce mondial) et séries chronologiques (les données sous le système harmonisé sont disponibles pour la dernière décennie). De plus, elles sont facilement disponibles à des coûts modérés. Ceci en fait une source attrayante pour la recherche de marché et l'évaluation de la performance commerciale.

Dans ce contexte, le CCI a développé un certain nombre d'outils, utiles pour le développement du marketing international et de la promotion commerciale, basés sur les statistiques commerciales. *Country Map, TradeMap* et *Product Map* en sont de parfaits exemples. Tous ces outils visent à présenter les statistiques commerciales dans un format analytique et facile à utiliser. Malgré l'attrait d'une telle source complète d'informations, leurs utilisateurs doivent être conscients des points faibles de ces statistiques commerciales:

- Les données commerciales ne sont jamais exhaustives. La contrebande et les échanges non rapportés représentent un problème sérieux dans un certain nombre de pays. En outre, les statistiques commerciales, comme n'importe quelle autre source d'information, ne sont pas exemptes d'erreurs et d'omissions.
- La plupart des pays incluent les importations pour réexportations et les réexportations elles-mêmes dans leurs statistiques commerciales. Un pays à faible revenu peut être considéré comme exportateur d'avions simplement parce que sa ligne aérienne nationale a vendu des avions usagés.
- Selon les conventions internationales en matière de collecte de statistiques commerciales, la valeur à l'exportation se réfère à la valeur totale ou valeur contractée, qui peut, bien sûr, être très différente de la valeur ajoutée locale. Pour beaucoup d'activités de transformation la valeur ajoutée locale équivaut à moins de 20 % de la valeur à l'exportation.
- Des statistiques commerciales détaillées ne sont disponibles que pour le commerce de marchandises et non pour les services, bien que ceux-ci représentent une part importante des exportations nationales.
- Même au niveau le plus détaillé/décomposé, les groupes de produits, dans les nomenclatures commerciales, ne reflètent pas nécessairement les noms commerciaux usuels et contiennent souvent une grande variété de produits différents. D'ailleurs, la nomenclature de produit est parfois trompeuse. Les titres de groupes de produit sont souvent très généraux et ne fournissent parfois qu'une orientation limitée sur les principaux articles à l'intérieur d'un groupe de produits donné.
- Les fluctuations de taux de change ne sont pas toujours correctement enregistrées dans les statistiques du commerce international. Les valeurs sont normalement agrégées tout au long d'une période d'un an en devise locale puis converties en dollars US.
- Pour les pays qui ne rapportent pas leurs données commerciales aux Nations Unies, le CCI se base sur les statistiques des pays partenaires; une approche appelée "statistiques miroirs". Ces statistiques miroirs constituent une solution de rechange, évidemment meilleure que de n'avoir aucune donnée du tout. Pourtant, elles présentent un certain nombre d'imperfections par rapport aux données rapportées au niveau national. En premier lieu, ces statistiques ne couvrent pas les échanges avec les pays qui ne rapportent pas leurs données de commerce extérieur. Elles ne traduisent donc que très partiellement le commerce Sud-Sud et ne constituent pas une source vraiment appropriée pour une évaluation du commerce intra-africain par exemple. En second lieu, il y a le problème des transbordements qui peuvent cacher la source réelle d'approvisionnement. Enfin, les statistiques miroirs inversent les normes de présentation en valorisant les exportations en CIF (c'est-à-dire incluant le coût de transport et l'assurance) et les importations FOB (qui ne tiennent pas compte de ces éléments).

Afin de rendre ces anomalies plus transparentes, nous avons inclus la possibilité de faire apparaître ces "statistiques miroirs" dans TradeMap (voir le bas du Tableau 17). Ainsi, le Tableau 17 présente les données des pays importateurs de *611511 Collants en bonneterie de fibres synthétiques, - de 67 décitex* de Slovénie sur la base des données rapportées par la

Slovénie. Le Tableau 18, quant à lui, présente ces mêmes données mais basées sur les importations des pays partenaires de la Slovénie.

Tableau 17
Liste des marchés importateurs pour un produit exporté par la Slovénie en 2002
Produit : 611511 Collants en bonneterie de fibres synthétiques, - de 67 décitex

La Slovénie représente 1% des exportations mondiales pour ce produit, son rang dans les pays exportateurs est 16

Importateurs	Valeur exportée en 2002 en millier US$	Répartition des exportations pour la Slovénie , %	Quantité exportée en 2002	Unité de quantité	Valeur unitaire (US$/unité)	Croissance annuelle des valeurs exportées entre 1998-2002, %	Croissance annuelle des quantités exportées entre 1998-2002, %	Taux de croissance des valeurs exportées entre 2001-2002, %	Rang du pays partenaire dans les marchés importateurs	Part du pays partenaire dans les importations mondiales, %	Taux de croissance des importations globales du pays partenaire entre 1998-2002, %, p.a.
Monde	9,728	100	567	Tonnes	17,157	-19	-18	-4			-7
la Suisse	2,684	28	127	Tonnes	21,134	34	38	65	7	2	-6
la Croatie	842	9	39	Tonnes	21,590	3	4	3	26	0	14
l'Autriche	301	3	12	Tonnes	25,083	49	46	-77	10	2	-10
la Yougoslavie	241	2	16	Tonnes	15,063			42	35	0	27
L'ex-Rép. yougoslave de Macédoine	187	2	9	Tonnes	20,778	-2	3	21	66	0	-8
la Bosnie-Herzégovine	149	2	10	Tonnes	14,900	28	40	19	54	0	-3
les Pays-Bas	82	1	3	Tonnes	27,333				17	1	-23
l'Italie	69	1	2	Tonnes	34,500	81	13	60	5	4	20
le Portugal	64	1	2	Tonnes	32,000	-6	0	167	23	0	-14
la Gambie	35	0	4	Tonnes	8,750				92	0	
la Fédération de Russie	18	0	1	Tonnes	18,000			64	20	1	45
la Pologne	10	0	6	Tonnes	1,667	-12	-10	-9	14	1	-15

Source: Calculs du CCI basés sur les statistiques de COMTRADE

Régions partenaires | Fournisseurs du pays | Importateurs du pays (SH4) | Produits similaires (SH6) exportés par la Slovénie | Produits similaires (SH4) exportés par la Slovénie | Exportateurs mondiaux | Importateurs mondiaux | Données miroirs | Menu de sélection | Graphique bulle | Aide

Tableau 18
Liste des marchés importateurs pour un produit exporté par la Slovénie en 2002, Statistiques Miroirs

Produit : 611511 Collants en bonneterie de fibres synthétiques, - de 67 décitex

Les résultats sont basés sur les données rapportées dans COMTRADE par les pays importateurs (statistiques miroirs)

Importateurs	Valeur exportée en 2002 en millier US$	Répartition des exportations pour la Slovénie , %	Quantité exportée en 2002	Unité de quantité	Valeur unitaire (US$/unité)	Croissance annuelle des valeurs exportées entre 1998-2002, %	Croissance annuelle des quantités exportées entre 1998-2002, %	Taux de croissance des valeurs exportées entre 2001-2002, %	Rang du pays partenaire dans les marchés importateurs	Part du pays partenaire dans les importations mondiales, %	Taux de croissance des importations globales du pays partenaire entre 1998-2002, %, p.a.
Total	4,004	100									
la Suisse	2,600	65	127	Tonnes	20,472	39	47	95	7	2	-6
la Croatie	844	21	40	Tonnes	21,100	6	8	7	26	0	14
l'Autriche	323	8	13	Tonnes	24,846	19	16	-69	10	2	-10
le Portugal	68	2	0	Pas de quantités				55	23	0	-14
l'Italie	66	2	2	Tonnes	33,000	16	-3	61	5	4	20
la Slovaquie	26	1	5	Tonnes	5,200	30	23	44	30	0	-1
la Fédération de Russie	24	1	1	Tonnes	24,000			0	20	1	45
la France	19	0	0	Pas de quantités		-26		-14	3	9	-8
l'Islande	19	0	0	Pas de quantités		-16		27	75	0	-16
la République tchèque	15	0	3	Tonnes	5,000	-40	-36	-25	22	0	-6

Source: Calculs du CCI basés sur les statistiques de COMTRADE

Données directes Menu de sélection Aide

On remarquera que la Yougoslavie, le Macédoine, la Bosnie Herzégovine, la Gambie apparaissent dans le Tableau 17 mais ne figurent pas dans le Tableau 18. Ceci est dû au fait que ces pays ne rapportent pas leurs statistiques dans la base de données de COMTRADE. Cependant, les Pays-Bas et la Pologne bien qu'absents dans le Tableau 18, sont des pays rapportant leurs statistiques. Il est possible que les produits exportés vers les Pays-Bas et la Pologne soient ensuite ré-exportés et que la Slovénie ne connaisse pas la destination finale des produits.

De même, dans le Tableau 18 on peut constater que la Slovaquie, la France, l'Islande et la République tchèque rapportent des importations en provenance de Slovénie, alors que la Slovénie ne rapporte pas d'exportations vers ces mêmes pays. Il est possible que les produits à l'origine destinés aux Pays-Bas et à la Pologne aient finalement été consommés en France, Islande ou en République tchèque.

En raison des imperfections mentionnées plus haut, les statistiques du commerce extérieur ne devraient jamais être la seule source d'informations à prendre en compte, mais devraient être complétées par d'autres sources, en particulier celles qui ont été re-vérifiées par des spécialistes du produit ou de l'industrie. De façon générale, l'expérience du CCI montre que les statistiques commerciales représentent une source très utile d'informations et constituent un point de départ solide pour la recherche de marchés stratégiques, à condition d'être analysées avec suffisamment de scepticisme et de pragmatisme, compte tenu de leurs forces et de leurs imperfections.